

JOURNAL *de* comunicación social

SOCIOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN DE MASAS,
ESTUDIOS MEDIÁTICOS Y CULTURALES
Y SOCIOLOGÍA POLÍTICA

■ Año 1 ■ Vol. 1 ■ Nº 1 ■ Diciembre 2013 ■ La Paz, Bolivia ■ Universidad Católica Boliviana "San Pablo"

El curul electrónico

El rol de los medios en la construcción de la opinión pública
Phd. (Honoris Causa) Carlos D. Mesa Gisbert

Cronistas coloniales

Fuentes primarias para la historia y para el periodismo
Lic. Lupe Cajías de la Vega

¿Puede el arte ser socialmente útil? o ¿debe la conciencia social ser hedonista?

El valor crítico de las industrias culturales de Theodor Adorno en el surrealismo de Dalí y en la mitificación del "Che" en piezas de arte religioso
Msc. Rafael Loayza Bueno

La estrategia política como estrategia comunicacional

¿Medios, mensajes y encuestas suficientes para la ingeniería electoral?
Lic. Fernando Molina Monasterios

Hacia la redefinición y reconstrucción de conceptos periodísticos

Primera tarea: visibilización de las huellas positivistas en el periodismo
Mgr. Amparo Canedo Guzmán

¿Por qué, cómo y para qué investigar el Sentido?

Propuesta para comprender sujetos sociales y procesos socioculturales desde la comunicación
Mgr. Guadalupe Peres Cajías



Konrad
Adenauer
Stiftung

JOURNAL *de*
comunicación social

SOCIOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN DE MASAS,
ESTUDIOS MEDIÁTICOS Y CULTURALES
Y SOCIOLOGÍA POLÍTICA



Konrad
Adenauer
Stiftung

Susanne Käss
Representante en Bolivia de la Fundación Konrad Adenauer

Rafael Loayza Bueno
Director de Comunicación Social UCB-SP

Mgr. Marcelo Villafañe
Rector Regional Universidad Católica “San Pablo” Regional La Paz
Mgr. Alejandra Martínez
Decana Facultad Ciencias Humanas y Sociales
Mgr. Guadalupe Peres
Coordinadora de Gestión Académica Investigación Transdisciplinaria
Mgr. Amparo Canedo
Coordinadora de Gestión Académica Periodismo Estratégico/Redacción y Narración
Mgr. Marcio Paredes
Coordinador de Gestión Académica Comunicación y Desarrollo/Comunicación Corporativa

Autores

Guadalupe Cajías
Amparo Canedo
Rafael Loayza
Carlos D. Mesa
Fernando Molina
Guadalupe Peres

Consejo Editorial

Susanne Käss
Iván Velásquez Castellanos
Rafael Loayza Bueno

Revisión y corrección

Gabriela Arza Luna Barrera

Fundación Konrad Adenauer (KAS), Oficina Bolivia

Av. Wálter Guevara Nº 8037, Calacoto
(Ex Av. Arequipa casi esquina Plaza Humboldt)
Teléfonos: (+591 2) 2787910 - 2784085 - 2125577
Fax: (+591 2) 2786831
Casilla Nº 9284
La Paz – Bolivia
E-mail: info.bolivia@kas.de
Sitio Web: www.kas.de/bolivien

Universidad Católica Boliviana “San Pablo”

Av. 14 de Septiembre Nº 4807 - Obrajes
Teléfono: (+591 2) 2782222
Fax: (+591 2) 2786707
Casilla Nº 4805
La Paz - Bolivia
Email: comunicacion@ucb.edu.bo
Sitio Web: ucb.edu.bo

Depósito Legal

4 - 1 - 553 - 14

Impresión

Gama Azul “Impresores & Editores”
224-0359 - 222-110611

Impreso en Bolivia – Printed in Bolivia

Esta publicación se distribuye sin fines de lucro, en el marco de la cooperación internacional de la Fundación Konrad Adenauer (KAS). Los textos que se publican a continuación son de exclusiva responsabilidad de los autores y no expresan necesariamente el pensamiento de los editores o de la Fundación Konrad Adenauer (KAS). Se autoriza la reproducción total o parcial del contenido con la inclusión de la fuente.

Índice General

PRÓLOGO 5

PRESENTACIÓN 7

EL CURUL ELECTRÓNICO

El rol de los medios en la construcción de la opinión pública

Phd. (Honoris Causa) Carlos D. Mesa Gisbert 11

I. Los asuntos de la mediación 12

II. Los asuntos de las encuestas 14

III. Los asuntos del poder y de la autocomplacencia 15

IV. Conclusión 19

CRONISTAS COLONIALES

Fuentes primarias para la historia y para el periodismo

Lic. Lupe Cajías de la Vega 21

I. Introducción 22

II. De asombros, gustos y alucinaciones 22

III. Bernal Díaz del Castillo y la conquista de la Nueva España 24

IV. Alvar Núñez, Cabeza de Vaca 32

V. Bartolomé Arzans Orzúa y Vela y el Maravilloso Potosí 48

VI. Nueva Crónica y Buen Gobierno 50

VII. Cierre 51

VIII. Bibliografía 51

¿PUEDE EL ARTE SER SOCIALMENTE ÚTIL? O ¿DEBE LA CONCIENCIA SOCIAL SER HEDONISTA?

El valor crítico de las industrias culturales de Theodor Adorno en el surrealismo de Dalí y en la mitificación del “Che” en piezas de arte religioso

Msc. Rafael Loayza Bueno 53

PRIMERA PARTE

I. Introducción 54

II. ¿Puede el arte ser socialmente útil? Las Industrias Culturales 56

III. El arte y la política 59

IV. Surrealismo y Política (Adorno, Dalí, Lenin y Hitler) 62

V. Conclusión 66

SEGUNDA PARTE

I. ¿Puede la conciencia social ser hedonista?	67
II. El rebelde	68
III. Lo absurdo	69
IV. El mito y el arte, de Marx a Dios (del “Che” a Cristo)	72
V. Conclusión	74
VI. Bibliografía	76

LA ESTRATEGIA POLÍTICA COMO ESTRATEGIA COMUNICACIONAL

¿Medios, mensajes y encuestas suficientes para la ingeniería electoral?

Lic. Fernando Molina Monasterios 79

I. Introducción.....	80
II. Determinación del tema	80
III. Diferencia entre comunicación política y comunicación electoral...81	
IV. Elementos de la estrategia político-comunicacional	88
V. Relación entre portavoces y prensa	99
VI. La redacción de la estrategia	105
VII. Bibliografía	106

HACIA LA REDEFINICIÓN Y RECONSTRUCCIÓN DE CONCEPTOS PERIODÍSTICOS

Primera tarea: visibilización de las huellas positivistas en el periodismo

Mgr. Amparo Canedo Guzmán 109

I. Introducción.....	110
II. Bases e instrumentos, a la mesa de observación	112
III. Necesarias preguntas para el análisis	129
IV. Bibliografía	131

¿POR QUÉ, CÓMO Y PARA QUÉ INVESTIGAR EL SENTIDO?

Propuesta para comprender sujetos sociales y procesos socioculturales desde la comunicación

Mgr. Guadalupe Peres Cajías..... 135

I. ¿Por qué estudiar el Sentido?	136
II. Las tensiones que constituyen al Sentido	139
III. Un núcleo hermenéutico, cualitativo y abductivo	140
IV. Inicia el trayecto para comprender el Sentido	144
V. Ser-Decir-Interpretar.....	154
VI. El Sentido, expresión de procesos.....	158
VII. Bibliografía	159

PRÓLOGO

Libertad, justicia y solidaridad son los principios hacia los que se orienta el trabajo de la Fundación Konrad Adenauer (KAS). Con nuestro trabajo a nivel internacional pugnamos para que las personas puedan vivir independientes en libertad y con dignidad. Nosotros contribuimos a una orientación de valores para que Alemania pueda cumplir con su creciente responsabilidad en el mundo.

La Fundación Konrad Adenauer trabaja desde aproximadamente 35 años en Bolivia. Además de la cooperación institucional con contrapartes bolivianas, desde hace algunos años y cada vez con mayor intensidad, viene trabajando con la academia en general y universidades en particular sobre temas de Estado de Derecho, Democracia y Libertad de Expresión.

Con la Universidad Católica Boliviana San Pablo y específicamente con la Carrera de Comunicación Social hace mas de 10 años hemos venido organizando una serie de actividades orientadas a estudiantes para que tomen conciencia sobre su rol transformador en nuestra sociedad.

En Bolivia se ha empezado recientemente a abordar la investigación sobre la temática de la Comunicación pero se ha constatado que existe una carencia de este tipo de estudios. Esta primera publicación denominada: “Journal de comunicación social” busca cubrir en parte esa escasez y trata de generar una línea investigativa continua sobre la temática.

Los comunicadores sociales en todo este período democrático están atravesando una nueva realidad política y social en el país que los obliga permanentemente a cuestionarse sobre el papel que juegan en la sociedad. Los artículos de esta publicación abordan con sentido crítico estos temas y permiten, en el ámbito de la academia, ser una herramienta importantísima para los estudiantes.

Finalmente, felicito a la Carrera de Comunicación Social en la persona de Rafael Loayza Bueno, su director, por el aporte a la investigación con esta publicación.

Susanne Käss
Representante de la KAS en Bolivia

PRESENTACIÓN

La Carrera de Comunicación Social de la Universidad Católica Boliviana “San Pablo” (UCB-SP) ha iniciado un proceso de reforma curricular el año 2012, cuya implementación y fortalecimiento son su tarea prioritaria. Mientras tenemos en la mira la acreditación de nuestro programa para el 2015, hoy esperamos que nuestros graduados sean comunicadores con amplios recursos para la investigación y profesionales solventes en la producción de eventos comunicativos.

En el espíritu de esta reforma, es nuestra ventaja enfocar el interés investigativo de la Carrera hacia los recientes debates sobre el cambio tecnológico y el mundo digital; los nuevos paradigmas teóricos de los medios y la comunicación; los estudios culturales y la formación periodística estratégica. Para ello ofrecemos a la comunidad académica de Bolivia la publicación de este “*Journal de comunicación social*” que aspira a tomar la iniciativa de:

1. Investigar la interface entre los medios, la tecnología y el cambio social para explicar las demandas de la emergencia del mundo digital en nuestro país.
2. Enfocar nuestro esfuerzo hacia la producción de materiales que exploren los estudios mediáticos y culturales; los sistemas expertos y las consecuencias de la modernidad en una sociedad compleja como la boliviana.

La comunicación social es un área de las ciencias sociales que tiene la influencia de muchas disciplinas. La misión de este *Journal* es fortalecer el trabajo interdisciplinario basado en una investigación con varios enfoques académicos de las ciencias sociales y con el desarrollo de múltiples métodos de aproximación investigativa. El *presente trabajo* propone tres perspectivas de análisis macro que conducirán estratégicamente la investigación de sus páginas:

- (1) Sociología de la comunicación de masas
- (2) Estudios culturales
- (3) Sociología política

(1) Sociología de la comunicación de masas:

Es la disciplina concentrada en el estudio de los medios masivos. El problema central de esta rama sociológica es la relación entre los medios de comunicación y la sociedad, vista a través de la influencia y el poder de los medios y el estudio de éstos como instituciones sociales, las culturas ocupacionales y las prácticas de sus trabajadores, el comportamiento de las audiencias y su rol en la producción de la cultura.

Tiene tres grandes perspectivas:

- a. La psicología social y los efectos de los medios (la persuasión).
- b. Los medios como organizaciones en contextos sociales complejos (la producción de noticias y la calidad informativa).
- c. La semiología, enfocada en el análisis de los mensajes desmenuzados en el lenguaje, las imágenes, etc.

Esta área macro explora, además, las técnicas y las instituciones a través de las que se centraliza la publicación y distribución de información y otras formas de interacción simbólica.

(2) Estudios culturales:

Éste es un acápite de enorme interés para la academia internacional y para nuestra Carrera, pues se enfoca en un distintivo rango de estudios y aproximaciones interdisciplinarias al estudio de la cultura y la sociedad desde las siguientes perspectivas:

- a. El condicionamiento social de la producción cultural y las formas simbólicas
- b. La experiencia viva de la cultura y sus formas de producción en la clase social, la etnicidad y el género, y la segmentación de los mercados de la comunicación
- c. Las relaciones entre las instituciones económicas, políticas y los procesos culturales
- d. Las subculturas y el desarrollo de la cultura popular

En este punto se tiene que discutir las teorías de las industrias culturales y la cultura de masas; la teoría y el giro cultural; las teorías del consumo; las corrientes de la postmodernidad y el postmodernismo y, finalmente, la sociología del arte. El arte, como producto comunicativo, está totalmente ausente del debate investigativo pese a su particular y extraordinaria importancia en las relaciones sociales, error que pensamos enmendar.

(3) Sociología política:

La sociología política se ha enfocado tradicionalmente en la relación entre la sociedad y el Estado como objeto principal de preocupación. Sin embargo, cambios en la concepción de la teoría intentan demostrar que el Estado ha sido desplazado del centro de la actividad política. Asimismo, existe entre los académicos modernos un interés creciente sobre la **"politización de lo social"** a través de los medios de comunicación; interés que incluye a las actividades de los movimientos sociales; los desafíos de los derechos civiles como interpelantes de las normas excluyentes; la elaboración de las prácticas de la política transnacional e internacional y las instituciones que están implicadas en la internacionalización del Estado.

Específicamente, el enfoque interdisciplinario del *"Journal de comunicación social"* dotará a la comunidad académica de un espacio para discutir el entendimiento amplio del fenómeno de la comunicación. Este aprendizaje permitirá discutir críticamente la realidad, las relaciones e instituciones sociales y también explorar académicamente la conducta de los medios en las determinaciones sociales. Sólo así podrá, finalmente, intervenir en la producción del cambio social para bien, desde la perspectiva del: humanismo cristiano y la comunicación y el desarrollo.

En ello proponemos llenar las páginas de esta revista con diversos enfoques sobre los medios y la comunicación, para ofrecer así una enseñanza transdisciplinaria, entregando un rango de debate especializado en las siguientes áreas de estudio:

- La comunicación y su rol en los procesos históricos
- Procesos de producción y contenidos mediáticos (periodismo, publicidad, comunicación institucional y relaciones públicas)
- Estudios de periodismo y calidad informativa
- Micro sociología
- Teoría crítica y estudios culturales

- Teoría sobre los efectos de los medios
- Globalización
- Estudios postmodernos
- Comunicación política y opinión pública
- Comunicación para el cambio social

El enfoque interdisciplinario de los temas producirá conocimiento para entender el fenómeno de la comunicación social en relación a qué es lo que hace funcionar los procesos de interacción comunicativa, porqué éstos derivan en determinaciones sociales en unos casos, y en otros porqué no lo hacen. Asimismo, este enfoque aspira contribuir a los comunicadores sociales con pensamiento crítico, capacidad analítica de datos y responsabilidad social. Finalmente, las investigaciones que se publican en este *Journal* están fundamentadas en una plataforma académica que plantea investigar una gran variedad de tópicos, los cuales permitirán entender cómo funciona el sistema social y cómo diferentes comunidades culturales, en distintas sociedades, comparten o no los mismos patrones. Esta perspectiva muestra que las acciones sociales en general están influenciadas por la socialización y este entendimiento permitirá a la comunidad académica entender mejor a los individuos, incluido a uno mismo, y a la interacción social producto de la comunicación.

Msc. Rafael Loayza Bueno
 Director de Comunicación Social UCB-SP
 Presidente de la Asociación Boliviana de
 Carreras de Comunicación Social (ABOCCS)



El curul electrónico

El rol de los medios en la construcción
 de la opinión pública

Phd. (Honoris Causa) Carlos D. Mesa Gisbert¹

Resumen

¿Vox populi, vox dei? Ésta es una de las interrogantes implícitas en el análisis que propone este texto, donde se expone la actual relación entre poder, democracia, medios de comunicación masivos y opinión pública. Se plantea un debate entre cómo se expresa el pueblo y cómo son interpretadas esas opiniones en el contexto actual. Se contempla las particularidades en Bolivia, hablando específicamente de sus sistemas de participación ciudadana para la toma de decisiones que afectan al colectivo y de la construcción de opinión pública mediada por los medios de comunicación masivos. Este último punto es cuestionado desde varias aristas para luego proponer una reflexión, basada en una apropiación consciente y profunda de las pautas éticas, en el trabajo de los medios masivos y su rol en la formación de la opinión pública, pues el papel de los medios no es demoler, sino construir.

Palabras clave:

Medios de comunicación masiva, comunicación y poder, democracia, opinión pública.

¹ Vicepresidente y Presidente del Honorable Congreso de la República de Bolivia entre 2002 y 2003. Posteriormente, asumió como Presidente de Bolivia entre 2003 y 2005. Además es historiador y periodista. Estudió literatura en las universidades Complutense de Madrid y Mayor de San Andrés de La Paz. Fue fundador y Director de la Cinemateca Boliviana; periodista desde 1979 en prensa, radio y televisión y analista de informativos de TV desde 1985. Se destacó como Director del programa de entrevistas "De Cerca" durante diecinueve años, así como fundador y director de Periodistas Asociados Televisión (P.A.T.), productora (1990-1998) y red de televisión (desde 1998). Actualmente, preside la Fundación Comunidad, cuyo trabajo es contribuir al fortalecimiento de las instituciones democráticas y los DD.HH, dirige la productora de televisión Plano Medio y es docente en la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Católica Boliviana "San Pablo". Público dieciséis textos, entre los cuales se destacan: Presidentes de Bolivia: Entre Urnas y Fusiles (1983, cuatro edic.), La Aventura del Cine Boliviano (1985), Historia de Bolivia (1997, ocho edic.), Presidencia Sitiada (2008, cuatro edic.) y La Sirena y el Charango, Ensayo sobre el Mestizaje (2013).

I. Los asuntos de la mediación

El poder, ese afrodisíaco perfecto, ha llegado a los medios de comunicación de masas y se ha apoderado de ellos sin ningún pudor. La democracia, que los necesita como nosotros al aire para respirar, los disfruta y los sufre. Nos hemos cansado nosotros mismos de cantar loas sobre nuestros méritos y sobre el papel definitivo que hemos jugado en la consolidación de este sistema, cuyo secreto es el respeto al derecho de todos y, sobre todo, el derecho de todos a la libertad, uno de cuyos pilares es la libertad de expresión y opinión, y uno de cuyos mediadores más extraordinarios es el conjunto de medios de comunicación de masas.

El hermano mayor de la ficción sombría que proyectaron los totalitarismos europeos de la primera mitad de este siglo, se ha convertido en los muchos hermanos mayores de las democracias capitalistas de hoy, cuyo foco irradiador son los Estados Unidos.

Si me pregunto como periodista ¿quién me eligió para estar donde estuve?, tengo opción a dos respuestas, la primera es: nadie me eligió, la segunda es: usted me eligió, usted que me lee, que me ve o que me escucha, usted me da la legitimidad incuestionable. Sobre esa segunda respuesta muchos comunicadores van lanza en ristre llevándose todo por delante.

Ahora que está tan de moda execrar la política y los políticos, sus métodos y su moral, constatamos que si alguien está desacreditado en la sociedad democrática es político. Por ello es extraordinariamente rentable contribuir a esa labor de demolición sobre la lógica de un mecanismo perfecto, aquel que se alimenta a sí mismo y que crea una nueva deidad, la deidad democrática por antonomasia, el pueblo.

¿Es que alguien puede cuestionar aquella premisa clásica de que la democracia es el gobierno del pueblo, por el pueblo y para el pueblo? Claro que no, lo que es bueno analizar es cómo se expresa ese pueblo. Los mecanismos constitucionales hablan de una democracia representativa, elegimos a quienes nos representan y legislan o gobiernan a nuestro nombre, ellos (los políticos) nos representan. Pero en el mundo de hoy el mecanismo parece mezquino, insuficiente, paradójicamente cuando superamos los 7.000 millones de seres humanos, el criterio de la democracia directa nacido en la pequeña Grecia se intenta aplicar nuevamente. Hay muchos caminos para encontrar o exigir la democracia directa, independientemente de si son prácticos y posibles, o no.

Bolivia discute y, más que eso, practica sistemas de participación que hagan más directa su democracia. La nueva Constitución Política del Estado (CPE) y, sobre todo, la idea de que nada es posible sin consensos y que los consensos deben responder a la consulta a todos los grupos de interés en relación a cualquier ley que se vaya a aprobar, muestran hasta qué punto Bolivia ha trascendido de alguna manera la línea restrictiva del texto constitucional.

Pero aún esos mecanismos no son suficientes. La aparición, hace ya muchas décadas, de las encuestas como un procedimiento de consulta sistematizado, comenzó a cambiar la percepción sobre las limitaciones de la consulta popular y la decisión inmediata con base en esa consulta. Cuando las encuestas llegaron al punto de que un determinado hecho juzga en minutos y la opinión sobre él se conoce en minutos, se ha revolucionado el concepto de opinión pública. Las encuestas se han convertido en los grandes estrategias de la política. El candidato no hace su programa si previamente éste no ha sido compulsado en grupos focales o a través de encuestas representativas. Las virtudes o defectos de los personajes públicos se delínean en función de encuestas y se moldean el estilo, personalidad, el carácter, el rostro y el programa de ofertas electorales del político a imagen y semejanza de ese cada vez más poderoso pueblo preguntado, contado y tabulado por los grandes manipuladores, quienes diseñan y piensan las encuestas. Instrumentos cada día más perfectos y poderosos a los que parece hacer poca mella la evidencia de errores monumentales.

El salto entre el trabajo del cientista social y el demiurgo se puede producir muy rápidamente. Si el comunicador de masas maneja la opinión pública a través de encuestas permanentes y establece por extensión que aquello de que "vox populi, vox dei" es indiscutible, convierte al pueblo abstracto, a esa opinión pública a la que representan un puñado de encuestados (unos cientos o un par de miles según el caso para reflejar la opinión de una sociedad de 10 millones de seres humanos), en una deidad que además de opinar tiene la virtud de inminente de la sabiduría. El pueblo no se equivoca. El pequeño gran detalle es que de ese pueblo es que salen los políticos de todas las tendencias que gobiernan, legislan y eventualmente juzgan, y se equivocan con notable frecuencia y son criticados impiadosamente por sus actos de ineptitud y creciente corrupción por el pueblo del que son hijos.

Creada la deidad intocable de la democracia surge un nuevo elemento, el gran prestidigitador, el comunicador de masas se convierte realmente en todopoderoso, no solamente por su influencia en la opinión de miles de personas, sino porque es el mediador, el que escucha (¿el único?), compulsula e interpreta la opinión de las masas y las expresa. Habla a nombre de millones que son el pueblo que no se equivoca.

“Qué Dios detrás de Dios la trampa empieza...”, como escribió Borges en un poema sobrecogedor, el círculo perfecto de retroalimentación ha llegado, yo pregunto, oriento la encuesta, ustedes responden, yo interpreto la encuesta y hablo a nombre de todos ustedes..... Son las nuevas aristas del poder en este nuevo siglo.

II. Los asuntos de las encuestas

Este veleidoso juez que es la opinión pública cuyo carácter hoy es el de un Dios intocable y casi perfecto (lo de casi, por el pudor que todavía tienen quienes asumen que hay un supremo creador encima de todos nosotros), juzga y condena o absuelve, entroniza o execra sin miramientos a las figuras públicas y todos nos rendimos con pleitesía ante su veredicto inapelable, pero, como se verá, no inamovible.

Las encuestas, los instrumentos excelsos del nuevo arte de este nuevo evangelio, que son la voz del pueblo traducida en números y estadísticas van esparciendo la buena o la mala nueva según a quien le toque, cada vez con mayor intensidad y con mayor celeridad. Casi no hay semana que no conozcamos el resultado de alguna encuesta que nos ayude a entender a ese conjunto archiperfecto (o casi) que es el pueblo (aquí y en Madagascar).

Pero este pueblo encuestado es además de casi perfecto, veleidoso. Porque queda claro que su opinión es inmediatista y responde a los estímulos y percepciones circunstanciales que marca un determinado momento de sus vidas. Los héroes de ayer se convierten en villanos de hoy, y así sucesivamente...Pero ¿A quién le importa lo que opine el pueblo en el año 2020?, lo que importa es lo que opina ahora. ¿Y a quién le importa lo que opinaba hace cuatro años?, lo que importa es hoy.

Es interesante esta conclusión, la divina voz popular sólo interesa hoy, y el hoy dejará de importar mañana. Con esa lógica hemos inventado un mecanismo perfecto de fotografías de un instante a las que damos valor demoledor e incuestionable ¡por un instante! El invento de la verdad instantánea es otra de las novedades de este mundo desenfrenado al que no le interesa nada en profundidad, que es capaz de quemarlo todo antes de darse cuenta siquiera de lo que tuvo entre las manos. El sentido de la permanencia o de la trascendencia se ha convertido en valores absurdos que no le interesan sino a un puñado de nostálgicos o de soñadores. Ésta es una sociedad inmediatista, alimentada por administradores de la inmediatez que consagran como verdades absolutas opiniones tan veleidosas como los intereses coyunturales o las sensaciones materiales del día. Sobre esa base de memoria frágil y poco proclive a la

reflexión, quienes hoy lapidan una gestión o un protagonista político, mañana (léase en la próxima elección) votarán por él y lo consagrarán igual que hoy lo hunden, dependiendo del cambio de alguna inteligente pirueta formal y retórica extraída de la lectura de las propias encuestas que lo incineraban.

En este contexto, gobernar para las futuras generaciones es un intento absurdo de locos o de megalómanos (¿o quizás de visionarios?). Si mañana nuestros hijos o nietos estarán mejor gracias a una u otra medida es algo que les toca debatir a historiadores, lo que hoy importa es evitar el bloqueo o el paro de mañana, contentar las exigencias que sistemáticamente dan cuarenta y ocho horas de plazo y que amenazan con llegar hasta sus últimas consecuencias (que por supuesto nunca llegan). Esta lógica demencial de deificar las opiniones tan efímeras como las palabras que las transmiten, tan cambiantes como el tránsito de las expectativas de voto de los candidatos hoy y los resultados que obtendrán mañana, tan insustanciales como una visión subjetiva e inmediata cuya memoria con suerte se remite a un par de meses atrás, termina por conducir a la sociedad a través de encuestas y sondeos que han perdido su valor funcional para adquirir un valor mítico.

Así, han sido transformadas de instrumentos útiles de información y reflexión en directivas de carácter imperativo sobre lo que el pueblo quiere y lo que el político debe hacer so pena de convertirse en la némesis de ese nuevo dios colectivo y anónimo que somos todos y no es nadie. Encuestas y sondeos de opinión son las nuevas armas nucleares de la comunicación.

Dios nos ampare de esta terrible realidad inmisericorde, en la que los propios promotores de su funcionamiento han decidido entregarse a su poder narcótico y olvidarse del lugar que ocupan y deben ocupar.

Probablemente, si el 13 de abril de 1937 se hubiese hecho una encuesta de opinión en Alemania, Adolfo Hitler sería la personalidad más benéfica de la sociedad alemana en el siglo XX, lo que no demuestra nada más que una cosa, que el estado de ánimo de una sociedad cualquiera en un momento determinado no es necesariamente la verdad divina e inmutable que, a veces, la ceguera de los manipuladores de la opinión pública cree o quiere hacer creer al desprevenido ciudadano.

III. Los asuntos del poder y de la autocomplacencia

El poder en altas dosis no es siempre el mejor consejero, y el poder inmenso que tenemos en democracia los medios de masas es tan peligroso que nos acerca a la tentación de la soberbia, el más grave de los pecados de acuerdo a las sagradas escrituras, la razón por la que Luzbel acabó como acabó. Una de

las lecciones de las muchas que podemos recibir del periodismo es que junto a la libertad total está la responsabilidad total, sobre todo cuando se trata de empresas de prestigio local, internacional o aún mundial.

Hacer el trabajo de investigación con idoneidad profesional intachable es la primera premisa. Confirmar una y varias veces las fuentes es la segunda. Afrontar los problemas con responsabilidad institucional es la tercera. Compartir un código de ética profesional dentro de la empresa, que obligue al periodista a cumplirlo, es la cuarta. Los errores se pagan es la quinta y última. Cuando un medio serio despidió a periodistas por un error grave en su profesión (cosa que está por verse en Bolivia), no lo hace porque éstos hayan sido deshonestos, sino por haber cometido un grave error que le cuesta el bien máspreciado que ese medio tiene, la credibilidad. Si uno, a pesar de haber intentado cumplir las premisas éticas básicas se equivoca, situación que puede darse, aunque debiera ser por haberlas cumplido, está obligado a reconocerlo públicamente, sin falsas actitudes de suficiencia o de “si reconozco mi error me debilito”, tan frecuentes en la lógica de muchos periodistas.

La razón de todo esto es fundamentalmente ética, la certeza de que la moral que se les exige a los demás se practique en casa. Adicionalmente, es una reflexión para combatir el terrible peligro que se extiende como un cáncer, el anteponer la primicia, el golpe periodístico, el éxito de ser el número uno, antes que el trabajo profesional responsable y sin intereses subalternos.

La tiranía del rating y la presión de la competencia que en Bolivia ha llegado con toda su fuerza en los últimos años, nos coloca ante una grave disyuntiva. La respuesta debiera conducirnos en el largo plazo al éxito, y esa respuesta no es otra que la seriedad profesional, la confirmación de fuentes y la consideración de que detrás de cada trabajo de investigación, hay personas o instituciones como “blancos” potenciales. El problema es si en esa lógica somos capaces de sobrevivir en el corto plazo. Hay ejemplos que parecen probarlo, pero el riesgo está. No nos queda otra alternativa que asumirlo.

En tanto, las lecciones del periodismo son muy ilustrativas, porque más allá de sus defectos que no son pocos, siguen probando una alta capacidad de autoanálisis y de búsqueda de la excelencia tanto profesional como ética.

Estamos cada día más convencidos de que los periodistas son los buenos de la película, que gracias a ellos la democracia se fortalece y que sin ellos la corrupción, el desparpajo y la inmoralidad no tendrían freno. “Si las comisarias de turno, o comunidades enardecidas sólo sirven para quemar a los ciudadanos, si los tribunales sólo resuelven casos aceitados por dinero,

a los únicos a los que el ciudadano puede acceder es a los medios”. Son valientes, esforzados, paladines de la investigación y de la denuncia, la espada de la verdad y de la justicia tremola en sus manos... demasiado bonito para ser totalmente cierto.

Nadie puede negar la importancia fundamental de los medios de comunicación de masas en democracia, la contribución que los medios han hecho a este proceso y la trascendencia que hoy tienen en la fiscalización del poder. Pero los medios, los empresarios de éstos y los periodistas, se están acercando peligrosamente al pecado de la soberbia, a la condición de intocables, a la equivocada sensación de que son propietarios de la opinión pública. Una suerte de captura pacífica que ha transformado a la opinión pública en rehén de los medios, a partir de dos caminos, el concepto de participación (presencia permanente de la gente opinando en los medios) y el de las encuestas y sondeos de opinión que van desde lo más serio hasta lo más frívolo. Finalmente, la “voz de Dios” puede manipularse con relativa facilidad. No es lo mismo, por ejemplo, preguntar: “¿Cree que los políticos son corruptos?” en lugar de: “¿Qué opina de la terrible corrupción de los políticos”, o “¿Cree que hay corrupción en la política?”. También podría preguntarse: “¿Cree que hay corrupción en el periodismo?”. Si la respuesta es sí, se podría matizar en torno a si esa corrupción es mucha o poca y se podrían hacer comparaciones más o menos sesgadas. Qué se pregunta, cuándo y cómo se pregunta, son armas definitivas para obtener los resultados que uno busca y luego atribuírselo a ese ángel o demonio, ciego y gigantesco al que se da forma a través de las encuestas.

Si un político desesperado intenta contratacar a los medios, lo más probable es que esté cavando su tumba más profundamente. La razón es muy simple, el mango de la sartén está en manos del periodista. El poder excesivo es peligroso y, ojo, es un poder que está repartido de diverso modo: En los grandes empresarios (el gobierno el mayor de todos en los tiempos que corren) que, de pronto, afrontan el peligro de un borrachera de poder que les haga pensar que son los árbitros de nuestra política y actúen en consecuencia; en los “formadores de opinión” que desde los curules electrónicos están empachados de dar sermones y definir lo bueno de lo malo; el de los editores de prensa que se han enamorado de los periódicos como guías prácticas de denunciología; el de los reporteros que confunden el micrófono con una ametralladora y el de todos, que se han convertido en jueces sumariantes.

Hay buen periodismo en Bolivia, claro que sí, pero hay también periodismo mediocre y malo. Hay periodistas que dicen que nuestros medios parecen

boletines parroquiales al lado de los de otros países. No es para estar muy seguro. Lo fundamental sin embargo, más allá de ese tipo de valoraciones, es administrar el trabajo con responsabilidad. Investigar no es recibir una filtración interesada y publicarla; investigar es hacer un seguimiento minucioso de fuentes; cruzar información, confirmarla, certificar la responsabilidad de esas fuentes y luego hacer conocer la noticia. Disparar primero y apuntar después es peligroso; aunque igual que la demagogia populista reedita en política en lo inmediato, y reedita también en periodismo; el tema en debate es el costo ético y también el de credibilidad en el largo plazo.

Entender que al otro lado están seres humanos que pueden ser irreparablemente dañados si uno se equivoca de buena o de mala fe, es vital a la hora de valorar un titular o una noticia. En la medida en que se haga un trabajo responsable, se equivocarán menos y en la medida en que se equivoquen menos, tendrán que rectificar menos; pero si hay que rectificar están obligados a hacerlo, y aquel es un trago que no gusta mucho. A algunos les cuesta menos un baño en el Choqueyapu que una rectificación pública.

Necesitan más autocrítica; se necesita de urgencia un tribunal de ética que funcione y que sea moralmente vinculante, que sea aceptado por los comunicadores de todo el país y cuya palabra tenga un peso moral demoledor. Se necesita reflexionar sobre los tribunales de imprenta y su funcionalidad; se necesita dar respuestas en el marco de la absoluta libertad de expresión (hoy en la picota); pero aceptando falibilidad y responsabilidad social, además de valorar el peligro de cualquier fuero especial.

Hay periodistas que piensan que el sistema político vuelve a estar tan podrido que necesita una demolición total. Hay mucho de cierto en que se trata de una estructura fuertemente contaminada; pero toda generalización es peligrosa e injusta. Sobre la necesidad de demolición: el sistema debe ser capaz de resolver sus deficiencias por sí mismo, de lo contrario, no creería en él. El papel de los medios no es demoler, sino construir.

Es en el momento de mayor éxito, en el de mayor poder, en el de mejores resultados, que se hace indispensable la reflexión y la evaluación de lo que se hace, porque es el tiempo en el que los sentidos se embotan más, hasta que uno acaba creyéndose aquello de que es magnífico. Por ello, es valioso ejemplo aquel del emperador romano que tenía cerca un ilustrado esclavo griego que cada tanto le recordaba: "César, recuerda que eres mortal".

IV. Conclusión

Podría pensarse que en tiempos en que el Estado, usado por el gobierno para limitar la libertad de expresión, pero sobre todo para acumular poder a través de la concentración de medios por los dos caminos, el de incrementar el número de medios estatales y controlar, a través de terceros, medios privados: exime a los periodistas de reflexionar sobre el poder que tienen y su responsabilidad ante la opinión pública.

Es una peligrosa coartada. Es precisamente en momento como éste en que se debe fortalecer la reflexión a propósito de cuestiones que de manera incuestionable interpelan al periodismo, pase lo que pase en el contexto circunstancial de la política.

Podríamos apostar por la otra ruta, interpelar al gobierno, cuestionar sus excesos, denunciar sus arbitrariedades. Pero olvidaríamos la tarea ética de todos los días. Las acechanzas de una realidad mediática que con el surgimiento de la web, las redes sociales y el periodismo digital, no modifican un ápice esa mirada introspectiva que nos es obligatoria.



Cronistas coloniales

Fuentes primarias para la historia y
para el periodismo

Lic. Lupe Cajías de la Vega¹

Resumen

Este trabajo recorre formas y contenidos de cuatro crónicas escritas entre los siglos XVI y XVIII por dos conquistadores españoles y dos criollos, impresionados por los viajes que realizaron, las guerras que enfrentaron y asombrados por la geografía inconmensurable del Nuevo Mundo. Los autores, a pesar de escasos conocimientos universitarios, narran escenas que anteceden al realismo mágico que caracterizó a la literatura latinoamericana durante el “boom” del Siglo XX. Describen ríos, mares, montañas y pantanos como parte de lo imposible; o persiguen a la fuente de la juventud como el objetivo de una larga travesía. Además, las crónicas citadas reportan asuntos que han inquietado al continente desde hace 500 años y que siguen como titulares en la prensa moderna: la tenencia de la tierra; la situación de los indígenas; la difícil interculturalidad; las instituciones caóticas; la falta de justicia, los excesos del amor, el mestizaje como un torrente y las eternas luchas civiles. Estas crónicas son fuentes primarias de información, usadas por historiadores y por literatos, pero poco conocidas por los periodistas.

Palabras clave:

Crónica histórica, periodismo literario, colonia, fuentes primarias.

¹ CAJIAS, LUPE (La Paz, 1955) es periodista, historiadora y autora de 17 obras que van desde el análisis de los contenidos en medios de comunicación a las biografías de personajes históricos del Siglo XX y a narrativa de ficción sobre mujeres en las luchas sociales. Es columnista en los principales periódicos bolivianos y colabora con revistas especializadas. Fue presidenta de la Asociación Nacional de Periodistas (ANP) y dirigente sindical de la prensa, activista de Derechos Humanos y Delegada Presidencial Anticorrupción. Es catedrática en la UCB y en post grados de periodismo. Ha dado conferencias en países de Europa, Estados Unidos y América Latina; y fue invitada por más de 20 países, incluyendo China y Corea.

I. Introducción

El periodismo latinoamericano moderno olvida, con demasiada frecuencia, que su origen se remonta a las crónicas escritas por arcabuceros, por curas o por curiosos que llegaron durante el Siglo XVI, junto a las carabelas, los cañones y la Virgen de las Mercedes.

Aunque notables estudiosos, como el premiado Luis Ramiro Beltrán, consideran que los precolombinos quipus incaicos son los abuelos más remotos del periodismo de Abya Yala, este trabajo se limita a revisar algunos ejemplos de cronistas españoles y criollos, pues son esos escritos los que marcan líneas y asuntos que siguen preocupando a los modernos rotativos.

No todas las crónicas fueron publicadas a tiempo y pocas circularon de forma masiva y en algún caso, como la famosa “Nueva Crónica y Buen Gobierno”, de Felipe Guamán Poma de Ayala, permanecieron engavetadas por siglos. Otras crónicas fueron escritas en la etapa de la colonización hasta los estertores del Siglo XVIII, pero por sus características –como se verá en todo este trayecto– cumplen requisitos para ser parte de los autores que serán citados.

Este resumen no toma en cuenta a Fray Bartolomé de las Casas, pues sus reflexiones tienen más el formato de ensayos sociales o teológicos; son más alegatos con denuncias sobre los sufrimientos indígenas que crónicas informativas.

El objetivo de este recorrido es:

- a. Las crónicas como germen de la literatura y del periodismo literario.
- b. Evaluar temáticas informativas de ayer y de hoy.
- c. Las crónicas como fuentes primarias.
- d. Analizar algunos ejemplos.

II. De asombros, gustos y alucinaciones

Era costumbre desde las primeras expediciones de conquista, contar con músicos y escribientes acompañando a la infantería. Los primeros historiadores, también los narradores/literatos, son aquellos que dejaron testimonio de las epopeyas, los héroes y sus amantes.

Desde el primer viaje de Cristóbal Colón, a mediados de 1492, tanto el navegante como sus auspiciadores reales, contrataron en la tripulación a un cronista que apuntara los hechos. Escritos que se complementan con el propio diario de Colón que anota jornada a jornada recorridos y sorpresas que pueden ser leídos como noticias actuales.

Sólo cambia el formato, de papeles amarillentos al intangible Internet, pues los asuntos son casi siempre los mismos.

Los cronistas consignaron con sus plumas urgentes los detalles de la geografía- el lugar-, cada vez más asombrados porque la bravura de las olas, la densidad de la floresta o el tamaño de las montañas excedían con largueza todo aquello que conocían y por ello escribían tan afectados como lo haría hoy un reportero acompañando un viaje a Marte.

Después llegaron los sustos, cuando conocieron a los protagonistas, a esos “quiénes” que pasaron de la amabilidad inicial a responder con envenenadas flechas a la violencia europea. Los cronistas aún en su reproducción no neutral de esos primeros choques, nos dan elementos para entender la dificultad de escribir sobre “el otro” y para entender un mundo “nuevo”, densidad que tampoco el periodismo moderno logra superar.

Los tiempos de unos y de otros eran diferentes. Una data, 12 de octubre de 1492, no tenía ninguna relación con los ciclos acumulados en el calendario maya o en las observaciones astronómicas realizadas a lo largo del continente, sea desde Copacabana, Cuzco o Chichen Itza. Entonces, los tiempos, las fechas, que pusieron los cronistas, son “sus años” y no las marcas climáticas que apuntaban los sacerdotes aztecas entre los equinoccios, los solsticios o los eclipses.

Esa construcción de tiempos diferenciados, a veces paralelos, a veces contradictorios, acompañó durante siglos, las noticias locales, desde la siembra más sencilla hasta la complejidad de una visión del mundo. Es un ejemplo muy útil para comenzar a de-construir la imposibilidad de compaginar las urgencias de unos con la calma de otros.

Ese “cuándo” de las crónicas ya nos anuncia las distancias entre los que llegaron y los que habitaban el continente. Quinientos años después, los periódicos registran problemas en la implementación de proyectos carreteros, por ejemplo, porque los apuros de un modelo de desarrollo, “progreso”, no son los mismos de otra idea de la felicidad.

Los mayores tropiezos de los cronistas se dieron cuando intentaron registrar ese “qué” y ese “cómo”. Sus esfuerzos alcanzaron en algunos casos a mostrar un panorama mayor y son las crónicas imprescindibles para el nacimiento del periodismo latinoamericano, con sus fortalezas y con sus debilidades.

Uno de ellos, guerrero y escritor, Álvaro Núñez Cabeza de Vaca, es un ejemplo de ese asombro ante la inconmensurabilidad del paisaje, del miedo a lo desconocido y, a la vez, un relato pionero sobre las plantas con poderes mágicos que provocaban alucinaciones diabólicas. Los cronistas de esas centurias ya se preocuparon por las drogas, por la coca, por el peyote, por las adormideras que hasta hoy ocupan titulares en nuestra moderna televisión.

III. Bernal Díaz del Castillo y la conquista de la Nueva España

Bernal Díaz del Castillo es autor de “Historia Verdadera de la Conquista de la Nueva España” y durante siglos se lo consideró como una fuente genuina para entender los primeros años de la conquista y, sobre todo, las gestas de Hernán Cortés.

Sin embargo, en el último medio siglo la confiabilidad en esa fuente primaria es cada vez más cuestionada. El historiador belga Michel Graulich señaló que el cronista no duda en mentir y en inventar para sustentar sus “reportajes”, con el objetivo de justificar a los conquistadores, sus métodos, su crueldad. Por su parte, el francés Cristian Duverger cree que el verdadero autor fue el propio Hernán Cortés.

Es importante para los estudiantes de periodismo, para los periodistas en ejercicio, comprender la necesidad de analizar todas las fuentes de información, aún aquellas que se consideran de primera mano (según las herramientas de la historiografía), para mantener una actitud crítica permanente.

Díaz del Castillo era un joven español veinteañero cuando llegó al Nuevo Mundo en 1514, poco letrado y pobretón, como muchos de sus compañeros. Estuvo en las expediciones de Pedro Arias, en el istmo de Panamá, vivió en Cuba y participó también junto a las travesías de Francisco Hernández de Córdoba, que llegaron a tocar las costas de Yucatán y lo que sería la Nueva España. En 1519, junto a Hernán Cortés, ingresó al núcleo del imperio azteca. Años después, aprovechando su buena memoria, escribió en Guatemala sus recuerdos de aquella conquista.

Aunque el título de “verdadera” historia puede ser cuestionado, es indudable que estos escritos son fundamentales para entender la historia mexicana y

centroamericana y la construcción de aquellas administraciones que habrían de convertirse en naciones en el Siglo XIX.

Como apunta el historiador boliviano Gabriel René Moreno en relación a los primeros periódicos republicanos, la prensa “aún en su mentira, dice la verdad”; frase que ilustra al periodismo actual y también comprende a esos primeros cronistas. Aún en su mentira, en su justificación de los hechos, dan información que permite acercarnos a la verdad.

En el prólogo a la edición actualizada de 1943 se resumen las características de esta crónica que destacamos porque son apreciaciones válidas: la crónica como pieza literaria; las capacidades para la descripción; el empleo de datos duros; la intervención del autor/periodista como testigo de la historia.

La “Historia verdadera de la conquista de la Nueva España” es uno de los libros más notables de la literatura universal. Testimonio de valor único, por su amplitud y precisión, sobre los hechos de la Conquista, añade a su valor histórico la extraordinaria fuerza del relato, el vigor que irradian sus páginas, que nos acercan, como pocos autores han sabido hacerlo, a los hechos que narran.

Es una soberbia epopeya en prosa, un relato de empresas sobrehumanas, cuyo mérito máximo estriba en la sencillez misma con que su autor las cuenta. Pocas experiencias hay en la historia de la humanidad tan notables como la llegada de los españoles de Cortés a la capital azteca. Hasta entonces, hasta 1519, no se realiza el sueño de los descubridores: ciudades inmensas, riquezas fabulosas, vastos imperios. Lo que le había sido negado a Colón y a sus acompañantes, ávidos buscadores de los tesoros de Oriente, que no ocultaban su decepción ante la vida rudimentaria de los habitantes de las islas, se les otorga a Cortés y a sus hombres.

“No sé cómo lo cuente, ver cosas nunca oídas, ni vistas, ni aún soñadas, como veíamos”, escribe Bernal. Y sí sabe contarlos. Tiene el don único de saber narrar, de tener una memoria vital tan rica, que evoca sin esfuerzo recuerdos lejanos y les da animación insuperable con la pluma. Su obra es la base de casi todo lo que sabemos de la Conquista. Elogiándole o denigrándole, todos los autores que vinieron tras él se han servido de aquella para elaborar sus propios relatos.

Son certeras las palabras del ilustre historiador mexicano Luis González Obregón, autor de un bello estudio sobre Bernal Díaz.

Abiertas las páginas de la Historia verdadera —nos dice—, no se leen, se escuchan. Antójase que el autor está cerca de nosotros, que ha venido a

relatarnos lo que vio y lo que hizo; y su mismo estilo burdo semeja al de un veterano, a quien perdonamos las incorrecciones de lenguaje para sólo oírle los sucesos llenos de interés en que ha sido testigo y actor.

El libro, como todas las grandes obras maestras, es tan rico de contenido y tan fértil en sugerencias, que sólo señalaremos aquí a grandes rasgos algunas de las características de él y de su autor, que esperamos sirvan para una mejor comprensión del texto.

Si en algún caso resulta arbitraria la distinción usual entre el autor y su obra, es en el caso de Bernal Díaz del Castillo. Autor y libro son inseparables.

La vida de Bernal es esencialmente lo que en el libro se narra. Los datos que acerca de él poseemos se encuentran casi todos en su historia, con la excepción de algunos documentos sueltos, que nada modifican.

Nace Bernal Díaz hacia 1495 o 1496 en Medina del Campo, ciudad castellana, famosa por sus ferias. De familia modesta, escasa de recursos, se le ofrece en sus años mozos la gran aventura de aquella generación: el viaje a las Indias recién descubiertas.

Viene Bernal a tierras de América en 1514, con la expedición de Pedrarias Dávila. Toma parte en los viajes de descubrimiento de Hernández de Córdoba y Juan Grijalva. Luego sigue a Hernando Cortés en su conquista a la Nueva España.

No vale la pena trazar en detalle sus pasos. Nadie mejor que él es capaz de hacerlo. Por eso hemos de limitarnos a algunas observaciones sobre su carácter.

Bernal Díaz es hombre de condición humilde, cuya vida hubiera sido oscura de no presentársele la gran peripecia de la conquista de un mundo nuevo. Es la persona que se siente llamada a escribir por el volumen de los hechos en que ha participado. Todos hemos llevado un diario en nuestra juventud, cuando creíamos sinceramente que nuestra experiencia tenía valor único y excepcional, cuando descubríamos nuestro propio mundo. Raros son los diarios de este tipo que, releídos más tarde, no van a parar al cesto de los papeles.

Pero Bernal ha tenido la rara oportunidad de descubrir un mundo auténtico y de sentirse con fuerzas para narrar la hazaña. Lo más extraordinario es que, siendo hombre de escasa cultura libresca, no tiene

—afortunadamente— modelos literarios que imitar y se hunde de lleno en el relato de los hechos en que ha tomado parte. Lo que constituye para nosotros el mayor encanto de su libro es que sea totalmente incapaz de selección, de distinguir entre lo esencial y lo que no lo es, y así lo cuenta todo, absolutamente todo, dándonos en su historia esa riqueza de vida auténtica que nos hace asistir con él a la marcha del puñado de hombres que conquista las tierras mexicanas.

Bernal no escribe por el placer de escribir. Nada de eso, se da bien cuenta de su falta de cultura, que incluso le preocupa demasiado, pues nada precisaba aprender hombre tan magníficamente dotado como él para la observación y la narración de los hechos. Tiene que vencer un esfuerzo, una repugnancia para tomar la pluma. ¿Por qué escribe su historia?

Bernal y los demás españoles que llevan a cabo la Conquista pasan a América “por servir a Dios y a Su Majestad, y dar luz a los que estaban en tinieblas, y también por haber riquezas, que todos los hombres comúnmente veníamos a buscar”. Servir a Dios era aumentar la cristiandad y ayudar a la conversión de los infieles idólatras. Servir a su Majestad era procurar que se acrecentaran sus dominios y se enriquecieran las arcas reales. Ésta era una base firme como la roca, pues nunca habrán estado los sentimientos católicos y monárquicos tan arraigados como en las mentes españolas del siglo XVI.

Pero ¿y la obtención de las riquezas? Aquí sí que había libre campo para la iniciativa individual y para las pugnas de toda índole. La avidez de riquezas, que dio lugar a los episodios más deplorables de la Conquista, a todo género de crueldades y malos tratos con los naturales, esa avidez que hacía creer a un soldado que las paredes bien blanqueadas de un poblado indígena eran de plata, tiene un representante típico en Bernal.

Si en el ejército de Cortés hay divisiones, no deja de decirnos que las motiva la situación económica de los soldados. Quienes tenían en Cuba tierras, minas o indios, querían volverse. Quienes nada poseían, querían seguir adelante, para buscar la vida y su ventura. Se jugaban las vidas en un trágico juego de azar del que esperaban obtener de golpe la riqueza, para ellos y sus descendientes, la riqueza que les librara del trabajo, entonces considerado denigrante.

De aquí que ocupen tanto espacio, en el libro de Bernal, los pleitos sobre el reparto de indios y de metales preciosos, que veamos a Cortés resolviendo las dificultades de gobierno a fuerza de sobornos —con los hombres de Pánfilo de Narváez, con Andrés de Tapia, con sus propios compañeros—.

Es así la manera que tiene Bernal de enjuiciar a los principales personajes del drama, según que fueran más o menos “francos”, más o menos dadivosos. Moctezuma le deslumbra por su esplendidez, y se aprovecha de ella para pedirle mantas y una india. La muerte de Cuauhtémoc le apena porque, en el terrible viaje a las Hibueras, le había prestado indios que le buscaran hierba para su caballo. Los grotescos magistrados de la Primera Audiencia encuentran disculpa ante sus ojos porque eran muy buenos con los conquistadores, es decir, porque les daban indios en cantidad, para lo cual herraron a tantos por esclavos que el mismo Bernal confiesa que la tierra estuvo a punto de desplomarse.

¿Y Cortés? Según Bernal, no es generoso con sus compañeros. Siempre toma del botín la parte del león. Por eso Bernal tiene hacia él la actitud del criado viejo, que no podría vivir sin su señor, pero al que no pierde ocasión de censurar. Obsérvese en las páginas del libro la admiración que Bernal siente por su jefe, cómo habla de sus virtudes militares, su valor, su tenacidad, el ser siempre el primero en los trabajos y peligros; pero no se porta bien con sus compañeros. Quiere arrebatarles su parte de gloria y su parte de botín. Bernal mira de reojo a Cortés y a todos los que van a España en busca de mercedes, y siempre se considera postergado; aunque su situación no sea precaria, ni mucho menos.

Él, que tanto había reprochado al grupo partidario de volverse a Cuba, una vez conquistado México no tiene más ambición que la de obtener buenas encomiendas, alardeando de formar parte de los conquistadores primitivos, y reniega cada vez que se le ordena participar en nuevas empresas, como ocurre cuando el viaje a las Hibueras.

En Bernal hay un enigma. ¿Por qué no consiguió ascender más en la jerarquía militar? El título de capitán se lo concede a sí mismo graciosamente, y por todo su relato vemos que no pasó de soldado de a pie, al que ocasionalmente se le dio el mando de grupos de soldados que no tenían misión mayor que la de buscar comida o encontrar un camino en la selva tropical.

¿Qué pasa con él? Sin duda tenía más cultura y más inteligencia que la mayoría de sus compañeros. Y si no fuera por su libro, nada sabríamos de su persona. ¡Qué diferencia, no ya de un Cortés, sino de un Sandoval, un Alvarado, un Olid, un Andrés de Tapia y de tantos otros! Bien vemos por su relato, en especial en el caso de Sandoval, que partían de la nada, y que su encumbramiento era hijo de sus obras. ¿Habría en Bernal algo que lo incapacitara para mandar y que no conocamos? ¿Quiso alcanzar con la pluma el puesto destacado que no logró con la espada?

Su deseo de gloria y de inmortalidad iguala casi a su ansia de riquezas. No pierde ocasión de situarse en primer plano en su relato, en momentos en que no hay la menor duda de que miente. Véase lo que dice del desastre de la calzada, cuando los mexicanos arrojaban a los distintos reales las cabezas de los españoles muertos y Bernal hace figurar la suya entre las que los aztecas identifican. Cuando el licenciado Luis Ponce de León interroga a Cortés sobre su conducta, no se olvida de preguntar por Bernal Díaz.

Esta ambición de notoriedad de Bernal, este deseo de gloria y riquezas, este sentirse de continuo postergado e insatisfecho, es lo que mueve su pluma. Su libro es una desmesurada relación de méritos y servicios, un memorial de las batallas en que se ha hallado, según él le llama. Y para destacar su personalidad tiene que elevar de nivel la de todos sus compañeros. Cortés se nos aparece en sus páginas como la criatura de una camarilla, que le lleva y le trae y le hace tomar decisiones contra su voluntad.

Contra esta actitud ha de precaverse el lector que no esté versado en la historia de la Conquista. La parte de Cortés en la empresa es muy superior a la que Bernal le reconoce. Su mayor mérito es el haber bregado con la banda de aventureros que le seguía, de miras mucho más limitadas que las suyas, y haberlos conducido a la victoria; el querer superar siempre su propia marca, y, conquistado México, lanzarse a nuevas expediciones, como la de las Hibueras y la de California; pero la gloria tiene su precio. Y hasta la energía de Cortés se derrumba después de la expedición a Honduras, en que presenta todos los síntomas de lo que hoy llamamos el *breakdown* nervioso: pérdida de peso, insomnio, angustia y, sobre todo, un miedo y una repugnancia terribles a volver a su ambiente habitual, a reingresar en su propia vida, su oposición desesperada a volver a la Nueva España.

Fuera de este momento de desánimo, la entereza de Cortés, su rango superior, su papel señero en la empresa, campean en las páginas de Bernal, a despecho de las censuras que le dirige. Sus compañeros eran hombres de excepción, si se quiere, pero lo eran gracias a él. ¡Qué triste espectáculo da el México conquistado cuando Cortés desaparece de la escena o cuando se le restan poderes desde España! ¡Qué inmenso es su ascendiente sobre sus compañeros y sobre los indios!

Sobre los indios de preferencia. Desde un principio Cortés sabe imponerse a ellos en la paz y en la guerra, con aquel instinto seguro que le hacía aceptar lo más extraordinario como cosa común y corriente. Utiliza las profesías existentes entre los indígenas: la llegada de Oriente de seres superiores que habían de subyugarlos. Extrema la justicia en sus tratos con ellos, hasta

el punto de que a él acuden siempre, y que su gran prestigio es visto con desconfianza desde España y constituye uno de los motivos de su rutina.

Los indios no son para Bernal un objeto de curiosidad, como lo serían para un moderno. Son un objeto de salvación. Hay que sacarlos de la idolatría y los vicios en que viven sumidos, esclavos del dominio, para levantarlos al plano superior de la religión y la ética cristianas. Bernal, buen soldado, sabe apreciar la lealtad de los de Tlaxcala, el tesón magnífico de los defensores de Tenochtitlán. “No se ha hallado generación en muchos tiempos que tanto sufriese la hambre y sed y continuas guerras como ésta.”

No es la nota heroica la única que se oye en las páginas de Bernal. Sabe manejar la ironía y la burla con enorme soltura. Sus blancos predilectos son los soldados que pasan a la Nueva España después de Cortés y sus compañeros. Son cobardes e ineptos, no saben combatir con los indios. Modelo de ironía y de gracia es el relato de las expediciones de Rodrigo de Rangel.

Los méritos que podríamos llamar literarios –para entendernos de algún modo– no son los únicos del libro. Su valor histórico es muy grande. No se tiene hoy ya a Bernal por autor de veracidad indiscutible, pero sí mantiene su rango de hombre sincero y deseoso de decir la verdad. Además, su ingenuidad permite señalar muy bien cuándo deforma algún hecho.

Para él, la historia es el testimonio de las acciones que se han visto y en las que uno ha participado. No los pájaros ni las nubes, dice, sino los soldados que han tomado parte en las batallas, son los llamados a relatarlas. El cuerpo de su historia está formado por su experiencia personal y tiene siempre cuidado escrupuloso en indicar de dónde ha tomado sus datos cuando él no se encontró presente. Esto lo vi en una carta. Aquello me lo dijo un soldado. En esta precisión es muy superior a la mayoría de sus contemporáneos.

Bernal debió trabajar largo tiempo en su libro. Testimonios anteriores a 1557 nos indican que lo tenía empezado. En 1563 lo daba por concluido ya. En 1568 lo pone en limpio. En realidad, no lo concluyó nunca. No veía de un modo claro la manera de darle fin.

Una copia que había remitido a España antes de 1579 fue utilizada por un fraile mercedario, el padre Alonso Remón, para su edición de la Verdadera historia, publicada en 1632 -Bernal ya había muerto en 1584, según los datos más recientes, sin ver impreso su libro.

La edición de Remón ha sido censurada con exceso. Salvo algunos añadidos, con los que quiso aumentar la gloria del padre Olmedo, mercedario que forma parte de la expedición de Cortés, el texto es perfectamente fiel, con leves retoques al borrador de Bernal, que hoy conocemos.

Este borrador, que se conserva en Santiago de Guatemala, donde Bernal murió, es el que ha servido de base para todas las ediciones recientes, hechas según la publicada por Genaro García en 1904.

Puede decirse, sin exagerar mucho, que el texto primitivo de Bernal forma un solo párrafo. No sabía puntuar y escribe de un tirón (Prólogo a Díaz del Castillo, 1943).

Como el propio autor narra, de 500 expedicionarios quedaron cinco con vida; él escribió su crónica a los 84 años y, al parecer, usó su memoria y también los relatos de otros compañeros. Es destacable su consciencia de dejar por escrito lo que vivió porque ya sabe que esos días de angustias y guerras, de los primeros mestizajes biológicos, y de las audiencias o cabildos no son sólo su historia personal sino parte de una historia colectiva.

El moderno periodista, sobre todo el corresponsal de guerra –pero no sólo él–, entiende cada vez con mayor convencimiento que su reportaje no es únicamente la materia prima para el titular del periódico donde trabaja y que apenas tendrá vigencia 24 horas; al día siguiente será desechado para una nueva noticia y será sepultado por otros conflictos. Sin embargo, es a la vez será fuente primaria para un historiador del futuro.

Por ello, el periodista que une a su aprendizaje de comunicador, la formación de historiador, asume la ética de un trabajo más cuidadoso. No puede perder por el apuro, la necesidad de reflexionar sobre su actitud frente a la “verdad”, o, por lo menos, a la aproximación a esa verdad.

La crónica de Díaz de Castillo fue concluida en 1575 y circuló inicialmente como manuscrito, incluso se sospecha de plagios y de cambios introducidos por algún desconocido. En 1632 fue publicada por primera vez y desde entonces es pieza fundamental para la historia de la conquista y para conocer los detalles, así sea de segunda mano –de la mano de un conquistador–, de la vida de los aztecas y de sus diferencias con otros pueblos del norte americano.

IV. Alvar Núñez, Cabeza de Vaca

La crónica “Naufragios” de Álvaro Núñez, Cabeza de Vaca, mereció durante décadas la reflexión de historiadores y de literatos e inclusive fue base para una laureada película mexicana en la década de los años 90 (Nicolás Echevarría) y también es obra muy citada por los estudiosos del origen de las drogas y sus primitivos usos (Escohotado, 1994). No ha merecido igual atención por parte de los periodistas o de los catedráticos en las facultades de comunicación. Sin embargo, es un texto fundamental para conocer la visión pionera de un reportero que se enfrenta a los límites del lenguaje convencional para contar lo que ve y sus fantásticas experiencias como brujo en una tribu.

Álvar Núñez, Cabeza de Vaca, hidalgo nacido probablemente en 1490 en España, fue desde su juventud un soldado en diferentes campañas dentro de Europa. En 1527 se alistó como expedicionario al mando de Pánfilo de Narváez, quien quería conquistar la Florida (actual estado de Estados Unidos de América). Además, ansiaba encontrar la Fuente de la Juventud; éste no es un detalle menor y nos indica el rol de lo fantástico en las gestas y en las narraciones que desde el principio rodearon a América Latina.

Es difícil imaginar en nuestro siglo de miedosos, a un grupo de jovencitos embarcados en frágil nave para descubrir un mito. El realismo mágico no nació con el “boom” de los años sesenta en el Siglo XX, sino entre los cronistas/ guerreros. De los iniciales 600 tripulantes, sólo un puñado llegó a las costas y emprendió un recorrido imposible por pantanos y bosques en busca del oro. Enfrentaron a más de 20 diferentes pueblos nativos y a indígenas que Cabeza de Vaca describe como gigantes y certeros arqueros.

Los huracanes de la temporada, vientos que sólo existían para esos europeos en la mitología antigua, el canibalismo entre los naufragos, lluvias bíblicas; al final la prisión de los últimos 15 en manos de los caranguanas. Durante seis años, Álvaro convivió con ellos y no sólo aprendió sus usos y costumbres, su cultura, sino que combinó sus conocimientos médicos europeos con el chamanismo.

El lector de “Naufragios” o el espectador de la mencionada película sospecharán que asisten a un embuste, pero el cronista se limita a reflejar su propia historia. Más tarde, Cabeza de Vaca estuvo en otras expediciones más al sur y por ello también está relacionado con la conquista de actuales tierras argentinas, paraguayas y el sureste boliviano.

Además de su vida fabulosa, el relato interesa porque contiene elementos en la forma y en el fondo que podemos analizar en reportajes modernos, sobre todo en el subgénero del periodismo non-fiction.

De los muchos estudios, seleccionamos el resumen de la especialista argentina María del Pilar Ríos (2010), quien escribe:

“‘Naufragios’ de Alvar Núñez Cabeza de Vaca es un texto fundamental para los estudios de la conquista de América. Esta obra nos pone no sólo frente a una nueva mirada y concepción de ese ‘nuevo mundo’ y sus habitantes; sino que, además implica una toma de conciencia del poder que tiene la escritura como hecho generador de nuevas acciones. A diferencia de otros textos del proceso de conquista de América, en ‘Naufragios’ se convertirá, mediante la escritura, una expedición fracasada, de acuerdo al objetivo original de la misma, en un gran éxito para la corona española y para su proyecto de colonización.

Esta travesía no significa solamente un traslado geográfico, sino también un cambio de metas y objetivos; un paso de una cultura a otra; en definitiva, una traslado de un yo y un nosotros a otro distinto. Por esto, en este trabajo analizaremos la manera en que ese sujeto se va construyendo, puesto que, de acuerdo a su participación en esta expedición y a los distintos actos realizados con el fin de sobrevivir, el modo de construirse en el relato irá variando.

‘Naufragios’ de Alvar Núñez Cabeza de Vaca (1982) es un texto central en los estudios coloniales. Los sucesos narrados en esta fracasada expedición (teniendo en cuenta sus objetivos iniciales) nos permiten apreciar no sólo un cambio en la visión y representación del Nuevo Mundo y sus habitantes, sino también el poder que tiene esa escritura. Es importante destacar que su autor necesitaba justificar el fracaso de esa empresa, es decir, mostrar que, aunque no pudieron llevarse a cabo las tareas encomendadas, se realizó otro tipo de obras que favorecieron al reino. De este modo, Alvar Núñez pudo presentarse, a los ojos del rey, como un buen servidor, ya que, además, su objetivo último era conseguir el favor real para una nueva expedición al Nuevo Mundo. Es esto lo que llevará a Silvia Molloy a hablar de la obra como un ‘hecho de letras’. ‘Los Naufragios no son la relación exaltada de una hazaña victoriosa; son, en cambio, la historia de un fracaso cuyo signo negativo busca borrar con la escritura. El propósito no cumplido de la expedición -conquistar y gobernar- es reemplazado positivamente por otro, que es una hazaña retórica: informar y convencer’ (Molloy, 1987, p. 425).

Por esto, considero fundamental distinguir la manera en que ese sujeto se va construyendo, puesto que, de acuerdo a su participación en esta

expedición y a los distintos actos realizados con el fin de sobrevivir, el modo de construirse en el relato irá variando. La travesía (centro mismo del relato) no es solamente un traslado físico o geográfico; constituye un 'traslado de una meta a otra, traslado de una cultura a otra, traslado por fin de un yo a otro yo' (Molloy, 1987, p. 437).

Así, puedo distinguir en la obra cuatro momentos en los que la representación del sujeto va cambiando con relación a distintos aspectos que se van planteando a lo largo del texto: su trato con los demás españoles, aceptación o rechazo hacia el mundo indígena (usos, costumbres, religión, etc.) y el cambio producido en el objetivo de esta travesía (desde objetivos míticos a la preocupación por la supervivencia y la vuelta a tierras cristianas).

Primer momento. En este primer momento del relato, el sujeto se encuentra inmerso en un grupo (los cristianos). Desde ese posicionamiento, se va construyendo en oposición a otro grupo, el de los indígenas.

Para analizar esta primera representación del sujeto, como miembro de un grupo, podemos tomar uno de los puntos de análisis planteados por Tzvetan Todorov. Partimos, entonces, de la configuración del otro 'como un grupo social concreto al que nosotros no pertenecemos' (Todorov, 1991, p. 13), teniendo en cuenta, además, que se trata de un grupo exterior y lejano al de los españoles.

En la obra, ya desde el uso pronominal se plantea esta distinción entre las dos sociedades que, desde el punto de vista del sujeto, no poseen ningún rasgo común.

'...Otro día los indios de aquel pueblo vinieron á nosotros, y aunque nos hablaron, como nosotros no teníamos lengua, no los entendíamos; mas hacíamos muchas señas y amenazas, y nos pareció que nos decían que nos fuésemos de la tierra; y con esto nos dejaron, sin que nos hiciesen ningun impedimento, y ellos se fueron...' (Núñez Cabeza de Vaca, 1982, p. 14) [1]

'...y que sobre todo esto; íbamos mudos y sin lengua, por donde mal nos podíamos entender con los indios, ni saber lo que de la tierra queríamos...' (Naufregios, p. 17)

Vemos en estos ejemplos no sólo el claro posicionamiento del sujeto dentro del grupo conquistador (nosotros / ellos), sino también las diferencias existentes entre estas dos sociedades. Es importante destacar que, al plantear Alvar Núñez la imposibilidad de la comunicación, debido al

desconocimiento mutuo de las respectivas lenguas, está admitiendo la total diferenciación entre los dos grupos.

Este desencuentro inicial es decisivo, ya que la incapacidad del lenguaje o de la comunicación se traduce en la eliminación de cualquier posibilidad de conocimiento. Esto es claro en el texto; los españoles no sólo no pueden entender la lengua indígena, sino que tampoco pueden hacerlo con relación a otras prácticas culturales, como por ejemplo, el rito fúnebre '...Allí hallamos muchas cajas de mercaderes de Castilla, y en cada una de ellas estaba un cuerpo de hombre muerto, y los cuerpos cubiertos con unos cueros de venados pintados. Al comisario le pareció que esto era especie de idolatría, y quemó las cajas con los cuerpos...' (Naufregios, p. 16).

Es claro, entonces, que, en este primer momento, el sujeto no se construye en su individualidad (con rasgos propios y distintivos), sino a partir de su pertenencia a una sociedad.

Este hecho se traduce, también, en el objetivo perseguido por el sujeto, o mejor dicho, por el grupo en general. Como cualquier otra expedición conquistadora (en el marco de la conquista de América), la de Pánfilo de Narváez, se orienta, principalmente, a la búsqueda de oro. '...Por señas preguntamos a los indios de adónde habían habido aquellas cosas; señalaronnos que muy léjos de allí había una provincia que se decía Apalache, en la cual había mucho oro, y hacían seña de haber muy gran cantidad de todo lo que nosotros estimamos en algo...' (Naufregios, p.16).

Alvar Núñez no es ajeno a esto. El sujeto persigue este mismo objetivo. No lo hace porque se trate de un proyecto individual de conquista, sino, justamente, porque en el imaginario de su sociedad la conquista implica un enriquecimiento material.

Segundo momento. A partir de las sucesivas dificultades que la expedición debe ir enfrentando se va produciendo una paulatina individualización del sujeto. Si bien continúa actuando dentro del grupo de los conquistadores (en oposición al indígena), se va acentuando su individualidad frente al grupo.

El primer paso de este proceso se produce mediante su negativa a seguir el parecer del gobernador de la expedición. Ante la consulta acerca de las medidas a tomar, Alvar Núñez (1982) expresa su opinión, que es opuesta a la de los demás consultados '...Yo respondía que me parecía que por ninguna manera debía dejar los navíos sin que primero quedasen en puerto seguro y poblado...y que mi parecer era que debía embarcar e ir á buscar puerto y tierra que fuese mejor para poblar...' (p. 17).

'...El Gobernador siguió su parecer y lo que los otros le aconsejaban...' (Naufraios, p.18).

Así, el sujeto se opone a la autoridad, recalcando, luego, que, de haber seguido su punto de vista, los resultados de la expedición podrían haber sido diferentes. Esta diferencia de opinión produce que el gobernador intente separar a Alvar Núñez del grupo '...y rogamos al Gobernador que enviase á buscar la mar, por ver si hallaríamos puerto, porque los indios decían que la mar no estaba muy léjos de allí. El nos respondió que no curásemos de hablar en aquello, porque estaba muy léjos de allí; y como yo era el que más le importunaba, díjome que me fuese yo a descubrirla y que buscarse puerto...' (Ibídem, p. 22). Sin embargo, él se niega. Las razones que alude apuntan a valores propios del grupo al que pertenece, como es el de la honra, es decir que, a pesar de comenzar un proceso de diferenciación, el sujeto todavía se incluye dentro del grupo original.

A medida que los problemas se suceden (naufraios, hambre, enfermedades, etc.), el sujeto va a ir alejándose cada vez más de su grupo y acercándose al que consideraba su opuesto, ya que ve que necesita de él para sobrevivir. Por esto, comienza a aparecer una nueva apreciación de las cualidades indígenas '...Era gente grande y bien dispuesta, y no traían flechas ni arcos. Nosotros les fuimos siguiendo hasta sus casas, que estaban cerca de allí á la lengua del agua, y saltamos en tierra, y delante de las casas hallamos muchos cántaros de agua y mucha cantidad de pescado guisado, y el señor de aquellas tierras ofresció todo aquello al Gobernador, y tomándolo consigo, lo llevé a su casa...' (Naufraios, p. 43).

'...Es gente á maravilla bien dispuesta, muy enjutos y de muy grandes fuerzas y ligereza. Los arcos que usan son gruesos como el brazo, de once a doce palmos de largo, que flechan á doscientos pasos con tan gran tiento, que ninguna cosa yerran...' (Naufraios, p.32). Es importante destacar el hecho de que al hablar de los indígenas, Alvar Núñez se refiere a ellos como 'gente'. Esto pauta una nueva mirada, ya que el indígena deja de ser 'el salvaje' para asumir la categoría de persona, compartiendo, de este modo, ciertos rasgos con el sujeto. Este primer paso es el que posibilitará, luego, alcanzar cierto grado de identificación (Todorov, 1991).

En este punto de la historia se produce una nueva oposición con el gobernador, ya que éste no es capaz de apreciar la ayuda recibida de los indígenas. Además, bajo esta nueva mirada del otro, la reacción indígena es justificada debido al error del gobernador '...Dos horas después que llegamos á Apalache, los indios que de allí habían huido vinieron á nosotros de paz, pidiéndonos á sus mujeres e hijos, y nosotros se los dimos; salvo que el Gobernador detuvo un cacique de ellos consigo, que fué causa por

donde ellos fueron escandalizados; y luego otro día volvieron de guerra...' (Naufraios, p. 30).

Pudimos ver cómo se va dando el paulatino alejamiento del sujeto de su grupo de origen. Pero este movimiento desde un posicionamiento a otro no es casual. Alvar Núñez es consciente de que el Nuevo Mundo no es lo que habían esperado y de que para sobrevivir necesitan la ayuda de los indígenas.

El objetivo de la expedición ha cambiado. Ya no se buscan riquezas ni gloria. Este es el momento de sobrevivir. Por esto, el maíz va a ser el nuevo botín ha conseguir y para esto necesitan la guía de los americanos.

'...Dijeron que por aquella vía, yendo á la mar nueve jornadas, había un pueblo que llamaban Aute, y los indios de él tenían mucho maíz, y que tenían frisoles y calabazas, y que por estar tan cerca de la mar alcanzaban pescados, y que estos eran amigos suyos...' (Naufraios, p. 31).

Los españoles deben comenzar a tomar ciertas medidas en la búsqueda por sobrevivir. Estas medidas comienzan a alejarlos cada vez más de lo que fueron las representaciones que de ellos mismos tenían. Es la hora de inventar soluciones que puedan ser llevadas a cabo. Así el conquistador pasa a ser un artesano, carpintero, o cualquier otra representación que tenga que ver con un oficio que favorezca la supervivencia.

'...Visto esto por el Gobernador, los llamó a todos a á cada uno por sí, pidiendo parecer de tan mala tierra, para poder salir de ella y buscar algún remedio, pues allí no lo había, estando la tercia parte de la gente con gran efermedad, y creciendo esto cada hora, que teníamos por cierto todos lo estaríamos así; de donde no podía seguir sino la muerte...y vistos estos y otros muchos inconvenientes, y tentados muchos remedios acordamos en uno harto difícil de poner en obra, que era hacer navíos en que nos fuésemos. A todo parecía imposible, porque nosotros no los sabíamos hacer, ni había herramientas,..., finalmente, ni cosa ninguna de tantas como son menester,..., y considerando todo esto, acordamos de pensar en ello...y como estábamos en tiempo que cualquiera cosa que tuviese alguna sobrehaz de remedio nos parecía, dijimos que se pusiese por obra...' (Naufraios, p. 36).

En este segundo momento, por lo tanto, vemos una nueva representación, tanto del sujeto colectivo (los españoles) como del individual, que se traduce, indefectiblemente, en una nueva mirada del otro. Sin embargo, esta nueva mirada va a ser únicamente desde el punto de vista de Alvar Núñez y no es un cambio radical, ya que el sujeto no ha roto, todavía, los lazos con su grupo de origen.'

Tercer momento. Después del último naufragio de la expedición vamos a encontrar una nueva representación del sujeto. Aquí, Alvar Núñez rompe definitivamente los lazos que lo ataban al grupo inicial y se acerca a la vida indígena, conociendo sus costumbres y creencias y adoptando muchas de ellas.

La ruptura se presenta a partir de dos hechos fundamentales: su ascenso como encargado de la 'expedición' o como responsable de la supervivencia de los pocos sobrevivientes a los sucesivos naufragios; y el hecho de haber perdido todo y quedado completamente desnudos.

En cuanto al primer punto, muchos autores coinciden en que a partir de una expresión relacionada con la navegación 'tomar el leme', Alvar Núñez rompe no sólo con la autoridad del Gobernador, sino también, que comienza su alejamiento con la sociedad española. Es necesario recordar que, anteriormente, ya se había destruido su relación con Pánfilo de Narváez al negarle éste su ayuda '...Yo, como vi esto, pedíle que, para poderle seguir, me diese un cabo de su barca; y el me respondió que no harían ellos poco si solos aquella noche pudiesen llegar á tierra. Yo le dije que, pues via la poca posibilidad que en nosotros habia para poder seguirle y hacer lo que habia mandado, que me dijese qué era lo que mandaba que yo hiciese. El me respondió que ya no era tiempo de mandar unos á otros; que cada uno hiciese lo que mejor le pareciese que era para salvar la vida...' (Naufragios, p. 50).

'...y cuando vino la noche no quedamos sino el maestre y yo que pudiésemos marear la barca, y á dos horas de la noche el maestre me dijo que yo tuviese cargo de ella, porque él estaba tal, que creía aquella noche morir; y así, yo tomé el leme...' (Naufragios, p. 51).

Es, a partir de este momento que el sujeto asume el mando. Esto se ve claramente en las expresiones que se suceden a partir de allí: mandé, ordené, etc. '...Desde que la gente hubo comido, mandé a Lope de Oviedo...' (Naufragios, p. 53).

La desnudez, por otro lado, significa la total destrucción de los lazos iniciales. No sólo porque los equipara a los indígenas (su gran diferenciación era el hecho de que 'ellos' andaban desnudos), sino también porque implica el despojamiento de 'la cultura', entendiendo con esta expresión, de la civilización española '...acordamos de tornarnos á embarcar y seguir nuestro camino, y desenterramos la barca de la arena en que estaba metida, y fué menester que nos desnudásemos todos...' (Naufragios, p. 55). '...Fueron casi seis años el tiempo que yo estuve en esta tierra solo entre ellos y desnudo, como todos andaban...' (Naufragios, p. 71).

Desde esta nueva posición, Álvaro Núñez comienza a conocer y aceptar muchas de las costumbres indígenas, e incluso, a adoptarlas. Es importante destacar que, aunque todos los sobrevivientes actúan de manera similar, es el autor quien los llevará a hacerlo. Muchos de sus compañeros recelarán de aceptar la ayuda de los indígenas bajo el pretexto de que se los van a comer. Aquí está presente un elemento del imaginario del conquistador que es el del canibalismo. Con respecto a esto, veremos una nueva inversión de los papeles, ya que los casos de canibalismo narrados en el texto, fueron llevados a cabo por españoles.

Un elemento que marca claramente esta nueva postura es la lengua. Recordemos que, en un primer momento, la lengua marcaba la completa separación entre un grupo y otro. Transcurrido el tiempo, Álvaro Núñez irá aprendiendo las distintas lenguas, hasta llegar, al final del viaje a saber seis lenguas '...y así nos llevaron á sus casas, y á Dorantes y al negro aposentaron en casa de un físico, y á mí y á Castillo en casa de otro. Estos tienen otra lengua y llámense avares, y son aquellos que solían llevar los arcos á los nuestros e iban á contratar con ellos; y aunque son de otra nación y lengua, entienden la lengua de aquellos con quien antes estábamos...' (Naufragios, p. 92).

'...y así, preguntábamos y respondían por señas, como si ellos hablaran nuestra lengua y nosotros la suya; porque, aunque sabíamos seis lenguas, no nos podíamos en todas partes aprovechar de ellas...' (Naufragios, p. 144)

Este hecho es muy significativo, ya que, durante el proceso de conquista y colonización los indígenas fueron obligados a aprender y adoptar la lengua del conquistador. En cambio, en este texto, se da el proceso inverso, y es precisamente esto lo que le posibilitará el acercamiento a distintas prácticas indígenas.

Veamos ahora algunos de los rasgos que el autor rescata y su significación con respecto a su nuevo posicionamiento.

En cuanto a la alimentación, dice el autor: '...y que para esto era menester que yo me detuviese con ellos seis meses, que era tiempo en que aquellos indios iban a otra tierra á comer tunas. Esta es una fruta que es del tamaño de huevos, y son bermejas y negras y de muy buen gusto...' (Naufragios, p. 76). '...Su mantenimiento principalmente es raíces de dos ó tres maneras, y buscánlas por toda la tierra; son muy malas, y hinchan los hombres que la comen...Es tanta el hambre que aquellas gentes tienen, que no se pueden pasa sin ellas, y andan dos ó tres leguas buscándolas...' (Naufragios, p. 83).

Estos ejemplos no son sólo un relato desde afuera de los distintos alimentos, sino que fueron los mismos alimentos que él ingirió durante su estadía en América.

Otro elemento revelador, con respecto a este punto, es el haber comido los perros. No es tanto el hecho en sí sino la forma de presentarlo en el relato. Alvar Núñez hace una alusión casi temporal al hecho 'después de haber comido los perros...', es decir que lo dice casi como al pasar. Esto es significativo porque a los ojos de los españoles sería imposible, en cambio, para el autor y sus compañeros se volvió parte de su vida como un elemento más.

Otro aspecto señalado por el sujeto es la solidaridad presente en el mundo indígena '...y cada uno de ellos me dió una flecha, que es señal de amistad, y por señas nos dijeron que á la mañana volverían y nos traerían de comer, porque entonces no lo tenían...' (Naufregios, p. 54). '...y nos trajeron mucho pescado y de unas raíces que ellos comen, y son como nueces...' (Naufregios, p. 55). '...Y á hora de puesto el sol, los indios, creyendo que no nos habíamos ido, nos volvieron á buscar y á traernos de comer...' (Naufregios, p. 57).

Este elemento es importante porque se trata de uno de los ideales cristianos a alcanzar. Al reconocerle este valor, el sujeto está elevándolos, de alguna manera (no total) a su misma condición.

Podemos ligar este componente con una imagen totalmente distinta del indígena con relación a la de los conquistadores. Tanto los rasgos solidarios, como los que a continuación se detallan, dotan a los nativos de carácter humano. Recordemos que en la mirada de los conquistadores, los americanos no llegaban a ser humanos, eran salvajes, bestias o productores de materias (Todorov, 1991). En este texto, la mirada cambia y se vuelve más igualadora, aunque no lo es completamente.

'...Es la gente del mundo que más ama á sus hijos y mejor tratamiento les hacen; y cuando acaesce que á alguno se le muere el hijo, llóranle los padres y los parientes, y todo el pueblo, y el llanto dura un año cumplido...' (Naufregios, p.63).

'...Y cuando ya están desenojados y sin ira, tórnanse á su pueblo, y de ahí adelante son amigos como si ninguna cosa hobiera pasado entre ellos...' (Naufregios, p. 108).

Otro elemento igualador es la vida sacrificada que llevan. No son sólo los españoles los que sufren penurias y privaciones, sino que éstas son

compartidas por todos '...y el día que llegan matan venados y algunas otras cosas que pueden, y gastan toda el agua y leña en guisar de comer y en los fuegos que hacen para defenderse de los mosquitos, y esperan otro día para tomar algo que lleven por el camino; y cuando parten, tales van de los mosquitos, que parece que tienen enfermedad de Sant Lazaro; y de esta manera satisfacen su hambre dos ó tres veces al año, á tan grande costa como he dicho; y por haber pasado por ello, puedo afirmar que ningun trabajo que se sufra en el mundo iguala con este...' (Naufregios, p. 86).

Finalmente, encontramos ciertos rasgos que existen en ambas culturas. En este caso, se enuncia su valor, igualándola o incluso superponiéndola a las mismas prácticas realizadas en España. Esto sucede con algunas prácticas medicinales '...un indio me dijo á mí que yo no sabia lo que decia en decir que no aprovecharia nada aquello que él sabia, que las piedras y otras cosas que se crian por los campos tienen virtud; y que él con una piedra caliente, trayéndola por el estómago, sanaba y quitaba el dolor...' (Naufregios, p. 65), '...Dan cauterios de fuego, que es cosa entre ellos tenida por muy provechosa, y yo lo he experimentado, y me sucedió bien de ello; y después de esto, soplan aquel lugar que les duele, y con esto creen ellos que se les quita el mal...' (Naufregios, p. 66); con las formas de comerciar (trueque) '...Así, esto era lo que yo llevaba la tierra adentro; y en cambio y trueco de ello traía cueros y almagra, con que ellos se untan y tiñen las caras y cabellos; pedernales para puntas de flechas;...; y este oficio me estaba a mí bien...' (Naufregios, p. 71); con las artes de la guerra '...Toda la gente de guerra está cubierta con leña menuda, y hacen sus saeteras, y están tan cubiertos y disimulados, que aunque estén cabe ellos no los ven, y hacen un camino muy angosto y entra hasta medio del monte, y allí hacen en lugar para que duerman las mujeres y niños, y cuando viene la noche encienden lumbres en sus casas para que si lo hobiere espías crean que están e ellas, y antes del alba tornan a encender los mismos fuegos; y si acaso los enemigos vienen á da en las mismas casas, los que están en el foso salen á ellos y hacen desde las trincheras mucho daño, sin que los de fuera los vean ni los puedan hallar...' (Naufregios, p.108); con la manera de contar el tiempo '...Toda esta gente no conocían los tiempos por el sol ni la luna, ni tienen cuenta del mes y año, y mas entienden y saben las diferencias de los tiempos cuando las frutas vienen á madurar, y en tiempo que muere el pescado y el aparecer de las estrellas, en que son muy diestros y ejercitados...' (Naufregios, p.102); y con las formas de cazar '...Por aquellos valles donde íbamos, cada uno de ellos llevaba un garrote tan largo como tres palmos, y todos iban en ala; y en saltando una liebre (que por allí habia hartas), cercábanla luego, y caían tantos garrotes sobre ella, que era cosa de maravilla, y de esta manera la hacían andar de unos para otros; que á mi ver era la mas hermosa caza que se podía pensar...' (Naufregios, p.130); etc.

Estos elementos son importantes porque rescatan muchas cualidades de los indígenas como pueden ser el ingenio, la ciencia, el valor, etc.

De todos estos aspectos quiero rescatar uno principalmente: el trueque. La aceptación de la forma de comercio es muy significativa en tanto implica un intercambio igualitario. A diferencia de muchos otros conquistadores, Álvar Núñez, comercia no, saquea; pero, además, este comercio es beneficioso para todas las partes involucradas, no para una sola de ellas. Esto marca, nuevamente, una inversión en la posición del sujeto con respecto al otro (Silvia Spitta, 1993).

Anteriormente mencioné que, aunque el sujeto admira y hace suyas algunas de las prácticas que antes le eran ajenas, no se produce un fenómeno igualador o de identificación con el otro (Todorov, 1991).

Esto se ve claramente en el rechazo que todavía tiene el sujeto a ciertas prácticas y en el nuevo objetivo planteado en este punto de la obra: la vuelta a tierra de cristianos.

Así, tratará a ciertos indígenas de ladrones, los acusará de maltrato y de supersticiosos: ‘...Los mas de estos son ladrones, porque aunque entre sí son bien partidos, es volviendo una la cabeza, su hijo mismo ó su padre le toma lo que puede. Mienten muy mucho, y son grandes borrachos, y para esto beben ellos una cierta cosa...’ (Naufregios, p.84). ‘...Preguntámosles qué tales estaban los vivos; dijéronnos que muy maltratados, porque los mochachos y otros indios, que entre ellos son muy holgazanes y de mal trato, les daban muchas coces y bofetones y palos, y que esta era la vida que con ellos tenían...’ (Naufregios, p.72). ‘...Esto hacen estos por una costumbre que tienen, y es que matan sus mismos por sueños, y á las hijas en nasciendo las dejan comer á perros, y las echan por ahí...’ (Naufregios, p.82).

Un último elemento que merece un análisis detallado es el de la religión. Debemos recordar que durante un largo período de tiempo Álvar Núñez ejerce el oficio de ‘físico’ o de chamán. Con respecto a este punto, el sujeto tiene un doble posicionamiento: de aceptación y de rechazo, conformando, finalmente una síntesis entre los dos.

En un primer momento el autor se niega a realizar estas prácticas, pero, ante la amenaza de que iban a quitarle los alimentos y de volver a su condición inaugural (de náufrago), acepta. Así elabora un sistema de curación que aúna prácticas cristianas y prácticas chamánicas ‘...y lo mejor que pude supliqué á nuestro Señor fuese servido de dar salida á aquel y á todos los otros que de ella tenían necesidad; y después de santiguado y soplado muchas veces, me trajeron su arco y me lo dieron...Esto causó

gran admiración y espanto, y en toda la tierra no se hablaba en otra cosa’ (Naufregios, p. 98).

‘...Aquí me trajeron un hombre, y me dijeron que habia mucho tiempo que le habian herido con una flecha por la espalda derecha...Yo le toqué...y con un cuchillo que tenia, le abrí el pecho hasta aquel lugar...y con gran trabajo en fin la saqué. Era muy larga, y con un hueso de venado, usando mi oficio de medicina, le dí dos puntos; y dados, se me desangraba, y con raspa de un cuero le estangué la sangre...’ (Naufregios, p. 129).

‘...Cada uno con la parte que le cabia venian a nosotros para que la soplásemos y santiguásemos, que de otra manera no osaran comer de ella...’ (Naufregios, p. 131).

En este último ejemplo vemos cómo una práctica propiamente cristiana, como es la de bendecir los alimentos antes de tomarlos, se ve transformada por la incorporación de una práctica indígena: el soplar.

Esta práctica que sintetiza elementos de las dos culturas también es diferenciadora. En el discurso cristiano está ausente la dialéctica entre el bien y el mal, es decir, la capacidad que tiene el chamán tanto de curar como de hacer daño (Silvia Spitta, 1993). Álvar Núñez, aprovecha este aspecto del chamanismo olvidándose del mensaje propio del cristianismo ‘...traian las calabazas horadadas, con piedras dentro, que es la cosa de mayor fiesta, y no las sacan sino á bailar ó para curar, ni las osa nadie tomar sino ellos; y dicen que aquellas calabazas tienen virtud, y que vienen del cielo, porque por aquella tierra no las hay, ni saben dónde las haya, sino que las traen los rios, cuando vienen de avenida. Era tanto el miedo y turbación que estos tenían, que por llegar mas presto a los unos que los otros á tocarnos, nos apretaron tanto, que por poco nos hobieran de matar; y sin dejarnos poner los piés en el suelo nos llevaron á sus casas...’ (Naufregios, p. 119).

‘...y nos dejaron con aquellos; los cuales, teniendo en la memoria lo que los otros les habian dicho, nos comenzaron á tratar con aquel mismo temor y reverencia que los otros...Y cuando llegamos cerca de las casas, salió toda la gente a recebirnos con mucho placer y fiesta, y entre otras cosas, dos físicos de ellos nos dieron dos calabazas, y de aquí comenzamos á llevar calabazas con nosotros, y añadimos á nuestra autoridad esta cerimonia, que para con ellos es muy grande...’ (Naufregios, p.127).

Esto es significativo en cuanto implica una diferenciación pero en el sentido inverso al planteado en el discurso del conquistador. Álvar Núñez no impone su discurso cristiano sino que toma el chamánico y se vale de él.

Finalmente, el último elemento que mantendrá cierto grado de distinción entre el sujeto y los indígenas es su objetivo. Álvaro Núñez busca sobrevivir, pero, a partir de su nuevo posicionamiento en las comunidades del Nuevo Mundo, comienza a emprender el retorno a "tierra de cristianos". A lo largo del texto se irán repitiendo las alusiones a este objetivo y se irán haciendo cada vez más frecuentes a medida que se acerca la consecución del objetivo.

Cuarto Momento. En este último momento de la obra, que comienza a partir del ingreso a 'tierra de cristianos', se produce una nueva representación del sujeto.

En este punto, el autor se asume como parte del grupo indígena. Si bien la representación del otro es, nuevamente, la de un grupo que se opone a otro exterior, el grupo de pertenencia no es el mismo.

El uso del 'nosotros' ya no alude a los conquistadores y, el sentimiento de pertenencia, es decir, cuando se habla de 'lo nuestro', ya no alcanza al grupo original. La oposición es ahora: nosotros / los cristianos. '...y traian consigo mas de seiscientas personas, que eran de aquel pueblo que los cristianos habian hecho subir al monte, y andaban escondidos por la tierra, y los que hasta allí con nosotros habian venido...y enviamos luego nuestros mensajeros' (Naufraios, p. 153). '...y los mensajeros nos dijeron que no habian hallado á los naturales del rio donde habiamos salido, porque los cristianos los habian hecho otra vez huir á los montes (...) nos pareció esto muy dificultoso de poner en efecto, porque no traíamos indio ninguno de los nuestros ni de los que nos solian acompañar...' (Naufraios, p. 158).

Esta nueva representación del sujeto va acompañada de una nueva mirada del que, anteriormente, era el otro. En el ejemplo que sigue se plasma en la escritura el momento de reconocimiento y aceptación mutua entre el sujeto y el indígena: '...algo sosegados de nosotros, allegábanos con las manos al rostro y al cuerpo, y después traian ellos sus mismas manos por sus caras y sus cuerpos, y así estuvimos aquella noche...' (Naufraios, p.106).

Esta nueva mirada va más allá de lo planteado en el punto anterior. Recordemos que ya veíamos cómo Álvaro Núñez admiraba ciertos rasgos de los indígenas y llegaba a una identificación parcial con ellos. Aquí, esta identificación se vuelve más profunda, ya que parte del principio de que tanto indígenas como españoles comparten la condición de ser seres humanos '...Dábannos á comer frisoles y calabazas; la manera de cocerlas es tan nueva, que por ser tal, yo la quise aquí poner, para que se vea y se conozca cuán diversos y extraños son los ingenios e industrias de los hombres humanos...' (Naufraios, p.139)

Otro elemento que pauta el nuevo lugar ocupado por el autor y sus compañeros es la negativa de muchos de ellos a buscar a los cristianos. Su sentido de pertenencia llega a ser tan profundo que evitan, por distintos medios, alcanzar ese objetivo tan deseado en otro momento de la historia: el encuentro con cristianos '...Aquella noche yo rogué á uno de mis compañeros que fuese tras los cristianos, que iban por donde nosotros dejábamos la tierra asegurada, y habia tres dias de camino. A ellos se les hizo de mal esto, excusándose por el cansancio y trabajo...' (Naufraios, p. 151).

Pero el encuentro finalmente ocurre. Este momento de la historia es clave porque allí se van a desarrollar una serie de oposiciones entre el grupo de Álvaro Núñez y los demás cristianos. Estas oposiciones van a marcar la no-pertenencia de estos a su grupo de origen, además de la nueva mirada con respecto a los nativos.

Estas oposiciones son:

—Supervivencia / riqueza

'...y vinieron seiscientas personas, que nos trujeron todo el maíz que alcanzaban, y traíanlo en unas ollas tapadas con barro, en que lo habian enterrado y escondido, y nos trujeron todo lo mas que tenian; mas nosotros no quisimos tomar de todo ello sino la comida, y dimos todo lo otro a los cristianos...' (Naufraios, p. 153)

'...y que nosotros no teniamos cobdicia de ninguna cosa, antes todo cuanto nos daban tornábamos luego a dar, y con nada nos quedábamos, y los otros no tenian otro fin sino robar todo cuanto hallaban, y nunca daban nada a nadie...' (Naufraios, p. 154).

Esta oposición, que ya fue tratada, marca la distinción entre los objetivos de la conquista. Mientras el grupo de Álvaro Núñez ha aprendido a sobrevivir y sólo busca saciar sus necesidades básicas (como alimentarse), los cristianos buscan hacerse ricos.

—Desnudez / vestimenta

'...y que nosotros veniamos desnudos y descalzos, y ellos vestidos y en caballos y con lanzas...' (Naufraios, p. 153).

Esta oposición es clave. Recordemos que el hecho de andar desnudos es inaceptable en la cultura española. Es significativo, también, que una vez regresado a la sociedad española el autor y sus compañeros tardarán en acostumbrarse a usar ropa y a no dormir en el piso.

—Libertar / esclavizar

‘...Después que hobimos enviado á los indios en paz, y regraciándoles el trabajo que con nosotros habian pasado, los cristianos nos enviaron (debajo de cautela) á un Cebreros, alcalde, y con él otros dos; los cuales nos llevaron por los montes y despoblados, por apartarnos de la conversacion con los indios, y porque no viésemos ni entendiésemos lo que de hecho hicieron; donde parece cuánto se engañan los pensamientos de los hombres, que nosotros andábamos á les buscar libertad, y cuando pensábamos que la teníamos, sucedió tan al contrario, porque tenían acordado de ir á dar en los indios que enviábamos asegurados y de paz; y así como lo pensaron, lo hicieron...’ (Naufraios, p.156).

Esta es una mirada totalmente nueva, no sólo acerca del indígena, sino también acerca del proyecto de conquista y colonización.

Esta oposición, conjuntamente con las dos finales (curar / matar, producir / saquear), implican un nuevo proyecto que no está ligado a la esclavitud y a la explotación sino, por el contrario, a una colonización pasiva que es, por consiguiente, más productiva, ya que las condiciones (tanto humanas como materiales) están dadas para que esto sea así.

—Curar / matar

‘...y que nosotros sanábamos los enfermos, y ellos mataban los que estaban sanos...’ (Naufraios, p.154).

—Producir / saquear

‘...Finalmente, nunca pudo acabar con los indios creer que éramos de los otros cristianos, y con mucho trabajo y importunacion los hecimos volver á sus casas, y les mandamos que se asegurasen, y asentasen sus pueblos, y sembrasen y labrasen la tierra, que de estar despoblada, estaba ya muy llena de monte; la cual sin dubda es la mejor de cuantas en estas Indias hay, y mas fértil y abundosa de mantenimientos, y siembran tres veces al año...’ (Naufraios, p.155).

Son estas oposiciones las que llevarán a distintos autores (como Beatriz Pastor) a plantear la existencia de una fuerte crítica al plan colonizador. Es, además, a partir de aquí, que la autora va a considerar al texto como una bisagra, ya que, si bien está inserto dentro de los discursos narrativos del fracaso, adelanta otros que representarán una fuerte crítica al proyecto de la corona española.

A lo largo de este recorrido por ‘Naufraios’ pudimos ver cómo el recorrido realizado por los protagonistas no es sólo físico o geográfico. Implica, también el traslado de una identidad a otra.

A partir de este viaje no sólo se reformula el ‘yo’, también cambia la visión del otro. Como dice Silvia Spitta: ‘para poder sobrevivir, los cuatro tienen que cambiar su visión del mundo y adaptarse a condiciones muy diferentes de las que estaban acostumbrados - es decir, tienen que in-corporar, en gran medida, la otredad americana que con tanta facilidad fue descartada y rechazada por los demás conquistadores’ (Spitta, 1993:10).

Puedo concluir diciendo que el sujeto, en su relación con el otro y con el mundo que lo rodea, se va construyendo de diferentes maneras. A veces lo hace por distinción (yo / los indios, yo / los cristianos) y a veces por asimilación (nosotros). Sin embargo, este proceso culmina en una situación ambivalente del sujeto: no es ya español, pero tampoco es puramente indígena, por lo que podría decir que la consecuencia de estas sucesivas transformaciones del sujeto es la no-pertenencia a ningún grupo”. (Ríos, 2010, s/p).

El texto de Ríos, que citamos in extenso por nuestro acuerdo con sus apreciaciones, nos muestra con ejemplos el alcance que puede adquirir una crónica colonial para reflejar profundos, intentos y complejos procesos comunicacionales, donde el sujeto –la voz narrativa– intercala su propia evolución a partir del lenguaje.

La crónica, también conocida como “Relación de los náufragos”, fue escrita por Cabeza de Vaca en su vejez transcurrida en España; aunque durante años había tomado apuntes, hoy considerados etnográficos, de lo que observaba y sobre los pueblos que encontraba y los objetivos de las expediciones, incluyendo el sueño relatado por un fraile sobre una ciudad de oro y joyas. Como muchos era un soldado olvidado, pero la escritura guardó su visión para la posteridad y en 1542 salió publicada su obra, la primera historia del actual territorio estadounidense.

También Álvar Núñez Cabeza de Vaca es autor de los “Comentarios” sobre su vida de funcionario en Paraguay. Se supone que fue el primer europeo que llegó a las cataratas del Iguazú. Cabeza de Vaca fue un viajero incansable, incluso cuando ya podía descansar como reconocido adelantado en sus tierras andaluzas. Es un ejemplo de rasgos psicológicos del aventurero que aún hoy asombra al mundo de sofisticados medios de transporte.

Murió a los 70 años, de cansancio, después de ser un “enviado especial” a un territorio en guerra permanente, cuyas dimensiones fantásticas él supo describir como pocos.

Para el lector curioso, vale la pena la lectura completa de la crónica pues en ella encontraremos otros elementos además de los puntualizados por Ríos, como la relación con las mujeres y las primeras líneas del mestizaje iberoamericano, la figura de la Malinche, los roles de otros españoles asimilados en grupos nativos.

Tampoco está de más reiterar que es un texto sujeto de múltiples estudios interdisciplinarios desde la antropología, la lingüística, la etnografía, la narrativa, la historia, pero seguramente todavía no hay un ensayo que muestre a “Naufragios” como una publicación pionera del periodismo literario o el llamado actualmente “nuevo periodismo” que, como se ve, no es tan nuevo.

V. Bartolomé Arzans Orzúa y Vela y el Maravilloso Potosí

El caso de Bartolomé Arzans Orzúa y Vela es la vida y obra de un personaje más cercano y conocido en la historia de Bolivia, concretamente de la Villa Imperial de Potosí, cuyo rico cerro de plata fue el eje articulador de la Audiencia de Charcas y de la nueva república.

Nacido en Potosí en 1674 murió en la misma ciudad en 1736 sin concluir su obra “Historia de la Villa Imperial de Potosí” que había iniciado en 1705. Su hijo Diego escribió los últimos ocho capítulos. La obra sólo interesaba a su autor y él no la dedicó al rey, al virrey o a otra autoridad, como sus colegas cronistas, ni tampoco se ocupó de conseguir su publicación. Guardó celosamente el manuscrito. El libro recién fue encontrado a inicios del Siglo XX y fue la tenacidad de Gunnar Mendoza, entonces director del Archivo Nacional, junto a su colega y amigo Lewis Hanke, la que permitió su publicación con notas de estudio en 1965, con el auspicio de una universidad estadounidense.

Se presume que existen dos copias, una de las cuales fue empeñada por Diego para conseguir apoyo económico de un cura, que fue enviada al Rey y que estaría en España aunque la corona no se interesó en editarla, ni en tiempos republicanos. El otro ejemplar fue comprado en 1877 para ser publicado en Europa, algo que no sucedió, hasta la adquisición por parte de un coleccionista, quien la donó a la Brown University y fue la base para los esfuerzos de historiadores que la difundieron primero parcialmente y luego completa y con notas de estudio. Actualmente, el estado boliviano la considera una de las narraciones fundamentales de la historia nacional y hay nuevas y bellas ediciones, llenas de apuntes y notas.

Los literatos bolivianos consideran el texto como el primer libro de autor boliviano, pero no están de acuerdo en su catalogación. Para algunos podría pasar como una ficción de lo fantástico, donde los ángeles bajan a defender a

un pecador o un Cristo revela el adulterio de una bella moza. Indudablemente también hay que considerarlo el primer reportaje sobre estas tierras y el primer ejemplo de periodismo literario.

La lectura de estas crónicas, desde la visión de un periodista, no deja de ser un tesoro sin fin porque revela datos innumerables para entender el funcionamiento de la colonia en Potosí, desde sus instituciones, su economía, la cultura, el mestizaje, las creencias.

Existen historias tan simpáticas como aquella que cuenta la dificultad de las sevillanas para parir hijos vivos en el gélido Potosí. Casi todas debían trasladarse en medio embarazo hasta la tibieza de La Plata y dar a luz en tierras más bajas; sólo retornaban con el niño crecido.

Hasta que una madre que no pudo viajar a tiempo, desesperada, dedicó una novena a San Nicolás y su criatura fue el primer bebé criollo nacido vivo en Potosí. Por años, otras mujeres la imitaron y la Villa imperial se llenó de nicolasitos y nicolasitas.

Arzans pasó su vida en Potosí y, según uno de los impulsores de la difusión de su obra, Mariano Baptista, debió ser un gran conversador pues se enteraba de muchos asuntos íntimos de sus vecinos, base de varios relatos. También fue juerguista, amante de las corridas de toros y de las fiestas patronales. Sus descripciones son una antesala de los festejos que ahora abundan en Bolivia para bailar- y emborracharse- en homenaje a algún santo, a alguna advocación mariana, que son las preferidas.

Un periodista puede citar párrafos enteros y colocarlos como actuales porque son muchas las coincidencias: el cambio de vestido a la Virgen de la Merced, la cofradía y sus devotos, los bailes y las guirnaldas, las panderetas y los tambores.

El autor potosino también se ocupa de la justicia y critica duramente al sistema colonial y a los abusos contra los nativos. La lista de los temas que le interesan son como un conjunto de suplementos especiales que encontramos en la prensa moderna: “Moda”, “Hermosura”, “Educación, familia e hijos”, “Dinero y riquezas”, “El Cerro Rico de Potosí”, “El Amor”, “Justicia Divina”, “Virtudes”, “Pecados”, “Situación de los Indios”.

El texto es extenso, ocupa tres volúmenes en papel tamaño oficio, y el curioso necesita muchas horas para completar la lectura. En 1970, el Ministerio de Educación publicó una versión muy resumida para dar una idea de la riqueza

del contenido pero hasta la fecha sólo los historiadores de la colonia y algunos literatos se interesan en él.

VI. Nueva Crónica y Buen Gobierno

No es posible cerrar este recorrido sin nombrar al más famoso de los cronistas de la época colonial española, el misterioso Felipe Guamán Poma de Ayala, autor del conjunto de textos que se conocen como “Nueva Crónica y Buen Gobierno”. Esta “Nueva Crónica” tiene dos elementos novedosos, como señala su título, es un relato favorable a los indígenas y está lleno de ilustraciones que permiten una mejor aproximación a las culturas precolombinas.

Richard Pietschmann descubrió el original en 1908 en la Biblioteca Real de Copenhague y comenzó a difundirlo de a poco llamando la atención de los americanistas porque la obra proporcionaba nuevos elementos para entender el proceso colonial. Fue publicada in extenso recién en 1936 por el esfuerzo de Paul Rivet y desde entonces se suceden ediciones y largos debates entre los especialistas.

La obra fue escrita aparentemente a fines del Siglo XVI e inicios del Siglo XVII (quizá durante cuarenta años) por lo que contiene información de los primeros años de la colonia pero, sobre todo, de la situación de los nativos al momento de la llegada europea.

Aún se discute la identidad del autor, aunque él mismo se presenta como descendiente legítimo de la aristocracia indígena e inca y eso hizo presumir por años que era una confiable e inédita fuente de información desde la visión andina. Se cree que era en realidad un sacerdote que escondió su nombre por autodefensa. Sin embargo, casi todos sus biógrafos coinciden en que nació casi al mismo tiempo de la llegada española a la zona, en 1532, y murió muy anciano (unos 80 años). Fue testigo de los abusos, de las guerras civiles y de la toma de tierras.

Los especialistas consideran que es la crónica más rica en representaciones gráficas y en detalles que otros cronistas no atendían, más aquellos que se limitan a escribir crónicas como aburridos informes; un poco, lo que hoy sería un boletín de prensa de un ministerio.

El tronco fundamental de esta crónica es su revisión de las creencias nativas, su concepción del mundo y su reflejo con la línea que une la tierra con la divinidad; los nombres de los pueblos, sus usos y costumbres, sus creencias, y todos los complejos enlaces económicos.

Los asuntos que preocupan a los periodistas bolivianos a inicios del sofisticado y globalizado Siglo XXI, en plena vigencia del Estado Plurinacional, son casi repetitivos de las preocupaciones de Guamán Poma de Ayala.

VII. Cierre

La lectura de los cronistas, aún aquellos que se limitaron a enviar informes administrativos, es un deleite y a la vez una necesidad. Difícilmente encontraremos textos modernos con tanta información en un puñado de páginas.

Como vimos en nuestro breve recorrido, en esos manuscritos está el inicio de la narrativa latinoamericana, llámese historia, literatura o periodismo.

VIII. Bibliografía

Arzans Orzúa y Vela, Bartolomé (1965). *Historia de la Villa Imperial de Potosí*, Estados Unidos: Universidad de Brown.

Díaz del Castillo, Bernal (1943). *Historia Verdadera de la Conquista de la Nueva España*. México: Ed. Nuevo Mundo.

Escohotado, Antonio (1989; primera reimpresión 1994). *Historia de las Drogas (tres tomos)*. Madrid: Alianza Editorial.

Guamán Poma de Ayala, Felipe (1980). *Nueva Crónica y Buen Gobierno*. Venezuela: Biblioteca Ayacucho.

Ríos, María del Pilar (2010). *Nafragios de Alvar Núñez Cabeza de Vaca. Distintas representaciones del sujeto*. Espéculo. Revista de estudios literarios. Universidad Complutense de Madrid (s/p).

Molloy, Silvia. (1987). *Alteridad y reconocimiento en los Nafragios de Alvar Núñez Cabeza de Vaca*. Nueva Revista de Filología Hispánica, t. 35, n° 2, Colegio de México, México, p. 423 - 449.

Núñez Cabeza de Vaca, Álvar (1982). *Nafragios, Hyspamerica*. Buenos Aires: Ediciones Orbis S.A.

Pastor, Beatriz (1983). *Discurso Narrativo de la conquista*. Cuba: Ediciones Casa de las Américas.

Todorov, Tveztan (1991). *Nosotros y los otros*. México: Siglo XXI.



¿Puede el arte ser socialmente útil? o ¿debe la conciencia social ser hedonista?

El valor crítico de las industrias culturales de Theodor Adorno en el surrealismo de Dalí y en la mitificación del "Che" en piezas de arte religioso

Msc. Rafael Loayza Bueno¹

Resumen

En su primera parte, este ensayo discute críticamente la teoría de las Industrias Culturales de Theodor Adorno, a través de la pregunta de si el arte puede ser socialmente útil en la resistencia al orden social dominante. Para ello, el autor utiliza ejemplos del arte de Salvador Dalí relacionados, precisamente, a su reflexión política autoconsciente en pinturas de contenido político. En la segunda parte, este trabajo discute la proposición de la utilidad social del arte. Se aplican las ideas de Albert Camus con respecto al "mito", en "El Hombre Rebelde" (1951), a trabajos de arte contemporáneo latinoamericano que muestran al "Che" Guevara en calidad de "santo". Así, el autor intenta establecer la conexión entre el compromiso social y la autonomía creadora.

Palabras clave:

Industrias culturales, arte moderno, marxismo, surrealismo, política y hedonismo.

¹ Research fellow del programa Hansard Society en la London School of Economics and Political Science (LSE), Msc. en Teoría Social de la Universidad de Bristol, Inglaterra, Lic. en Comunicación Social de la UCB. Es director de la Carrera de Comunicación Social de la UCB-SP y Presidente de la Asociación Boliviana de Carreras de Comunicación Social (ABOCCS).

PRIMERA PARTE

I. Introducción

Los trabajos de arte fueron alguna vez estimados como simples objetos de belleza y, por lo tanto, envueltos en la diversión y desahogo social puro y simple. Pero desde que Theodor Adorno y la Escuela de Frankfurt desarrollaron el concepto de las *industrias culturales*, los artistas han sido frecuentemente acusados de estimular el *status quo* y de ser los instrumentos interesados del imperialismo cultural. Evidentemente, el capitalismo —que a principios del siglo XX era explicado como una entidad autónoma capaz de reproducir sus maneras y, por lo tanto, su dominio— se transformó en el enemigo natural del Instituto, pues se pensaba que los productos de sus industrias damnificaban la utopía “comunista”. Bajo el lente de aquella perspectiva, el arte popular se desarrolló en el alarife desafortunado del enemigo, pues era de alta efectividad en la misión de distraer a los proletarios de su emancipación a base de diversión concupiscente.

Al respecto de la funcionalidad de la cultura en la búsqueda del cambio social, la discusión sobre si el arte debía comprometerse con la realidad —con el socialismo realmente— dividió por décadas las perspectivas de Walter Benjamin y Adorno en relación al carácter de las *Industrias Culturales*. Estos desacuerdos se producían esencialmente ante la dificultad de identificar cuáles expresiones artísticas facilitaban las demandas comunistas y cuáles no. Manifiestamente, en la disyuntiva de qué artes le eran útiles a los mecanismos de dominación industrial y cuáles estaban diseñados para resistirlo, Benjamin y Adorno produjeron un análisis importante con respecto a la función social de las expresiones artísticas.

En los análisis de esta disputa, de entre todas las artes, el realismo era visto indistintamente axiomático sea en mostrarse comprometido con la causa comunista, o sea en ser indolente con ella y tolerante con el “hedonismo”



Fig. N°1: “Rosas para Stalin” de Boris Ieremeievich Vladimirsky (1949).

capitalista. El realismo soviético, por ejemplo, glorificaba sin remordimientos a los héroes comunistas (Stalin, Lenin y Trotsky), idealizándolos en imágenes y narrativas mesiánicas; en muchos casos tan cínicas y recargadas que no daban espacio a ningún grado de especulación; tal el caso de aquella pieza “Rosas Para Stalin” (Fig. N°1), en la que el líder soviético aparece rodeado de

la admiración y el agradecimiento de niños rusos de apariencia aria. Así, el realismo soviético fue el instrumento perfecto del arte comprometido —el ideal de la resistencia a las industrias del capitalismo— pues priorizaba temas como la colectivización. En general, estos trabajos mostraban a los hombres y mujeres socialistas empuñando sus herramientas de trabajo, en el retrato de una guerra por el capital por demás vencida. En ellos, el proyecto soviético se mostraba en retratos de sociedades perfectas de hombres y mujeres blancos, cuya felicidad era patrocinada por el partido.

Contrariamente, un desnudo de Édouard Manet —como aquel de “Olimpia” de 1863 (Fig. N°2)— aunque incuestionablemente bello, era considerado tan inútil, fatuo y peligroso como cualquier desnudo proveniente de la industria pornográfica, pues su goce amilanaba la conciencia social. La misma lógica se podía aplicar a los productos de la música o el teatro popular.



Fig. N°2: “Olimpia” de Édouard Manet (1863).

Desde la perspectiva del Instituto, las piezas que podían transmitir la realidad en aras de espolear la “lucha de clases” eran generosamente nominadas como “arte” y aquellas descomedidas de tales ideales, “instrumentos burgueses de alienación”. Como resultado, el arte popular fue designado como una expresión del capitalismo puramente “distractivo”, pues los efectos de su exposición “aniquilaban la conciencia proletaria”.

Sin embargo, el debate indiscutible en Frankfurt irrumpió cuando el arte moderno se transformó en el objeto de atención de los intelectuales. Predeciblemente, el *High Art* —opuesto al popular en sus atenciones de superioridad estética— era además de “distractivo” en exceso, complejo en su aforo de generar un mensaje comprometido con el proyecto comunista. Esta incapacidad de demandar claramente conductas sociales propicias a la utopía socialista, se debía a la ambigüedad del mensaje de sus piezas. Así, el debate entre Benjamin y Adorno inició en la dudosa capacidad del arte moderno —cuyo método apelaba a la subjetividad de la “inconsciencia”— para comprometerse con la realidad de manera clara y asertiva.

Hasta el realismo, quedaba claro que el arte (culto o popular) siempre que podía ser instrumental a la reproducción del capitalismo, podía igualmente ser la herramienta de la resistencia al orden social. Sin embargo, desde el impresionismo, el cubismo y surrealismo, la representación de la realidad tuvo interpretaciones

fragmentadas en las conciencias individuales, imposibles de traducir en el carácter de la sociedad de forma masiva. En este contexto surgió la pregunta que guía metodológicamente a este ensayo: ¿Puede el arte moderno ser socialmente útil?

II. ¿Puede el arte ser socialmente útil? Las Industrias Culturales

Theodor Adorno utilizó por primera vez el concepto de *Industrias Culturales* en 1940. Básicamente, su teoría crítica al capitalismo enfocado en la mercantilización y perversión de la cultura a consecuencia de la industrialización de la sociedad moderna.

En su perspectiva, la música popular “que se produce con el sólo propósito de ser tranzada en la economía de mercado”, está estandarizada y mecanizada, sirviendo simplemente como cemento social para la reproducción del orden dominante.

En el desarrollo de su teoría crítica, Adorno analizó los sistemas de conocimiento y organización represivos como entidades de “administración del mundo capitalista”, enfoque que lo llevó a articular una oposición a las ideas de la epistemología tradicional, así como a respaldar el cambio radical en la sociedad. Paradójicamente, aunque abogaba por la producción del comunismo, propuso en la *Dialéctica Negativa* la disolución de cualquier encuadre teórico y distinción conceptual que amenace con perdurar en dogma, incluido el marxismo. Tanto el positivismo como el empirismo fueron rechazados por Adorno, quien les acusaba de haber traicionado a la razón y de no poder liderar el pensamiento hacia el iluminismo. En su *Teoría de la Estética*, el arte y la teoría crítica fueron investidos con el poder de divulgar la “verdad” respecto a la realidad. En este trabajo, Adorno describe una sociedad administrada y constituida por el mito de la “razón total” (Jary, 2000, p.6).

Desde Adorno –desde que la cultura fue definida como la productora del dominio capitalista por su calidad industrial– la sociología ha estado sumergida en la misión de explicar aquella “producción cultural de calidad mercantilista”.

Para entender el carácter industrial de la cultura no se puede asumir que hay simples correspondencias entre las industrias, tales como la cinematográfica, televisiva, musical, editorial. Claramente, hay muchas diferencias entre las formas estéticas, contenido, prácticas, medios de financiamiento y modos de recepción. La idea de Adorno era concebir a las *industrias culturales* con un argumento más sofisticado; no es que son plurales simplemente, sino que (1) todas las industrias son culturales (agronómica, automotriz, informática, etc.). Claramente, todas están

engendrando productos y servicios que llevan significados culturales. Al mismo tiempo, (2) todas las industrias están caladas en contextos culturales específicos que modelan la manera en la que las personas piensan, sienten o actúan organizadamente. Ciertamente, las industrias producen cultura, pero esta condición está produciendo un tipo de sistema social particular. La relación entre la economía y la cultura puede conseguirse conectando la producción cultural con discusiones más amplias sobre la producción económica, a través de industrias que están organizadas y constituidas. Este sistema económico particular producido por la cultura es, en la perspectiva de Adorno, una forma de dominación metódica reconocida como “el capitalismo”. Finalmente, las entidades a cargo de reproducir este régimen dominante son los medios masivos de comunicación, instrumentos de la cultura masiva (Negus, 1998, pg. 98).

Un examen crítico de las proposiciones de Adorno con respecto a la cultura de masas, empezando con sus deudas teóricas a Sigmund Freud y a Karl Marx, es planteado por Deborah Cook en su libro *“Las Industrias Culturales revisadas: Theodor Adorno y la cultura de Masas”*. Los tres asuntos centrales de la teoría del industrialismo cultural se discuten en este trabajo:

1. La producción de la cultura de masas y su producto
2. Las técnicas psicológicas, funciones y efectos de la cultura de masas.
3. La ideología positivista

De acuerdo a Adorno, la cultura de masas se insertó entre los instintos individuales más despreciables de la sociedad liberal y las demandas de una totalidad social fragmentada. Esto estimuló una “reconciliación falsa con el orden social (con el Capitalismo) al preparar a los individuos a la reproducción del poder del trabajo y a la armonización de las necesidades y urgencias individuales, con la motivación de la ganancia de su empleador”. Al respecto, el Capitalismo provee una forma de entendimiento basado en la noción de un individuo racional y autónomo, que ocasionalmente confronta los mensajes y técnicas industriales, pero que en general se comporta dócil con ellos. Paradójicamente, la descripción de este individuo –sin ninguna especie de valores sociales– se apega a los mismos fundamentos filosóficos de la mayoría de las manifestaciones del *High Art* como veremos más adelante. Consecuentemente, el consumidor moderno actúa como una especie de doble agente, practicando por un lado una forma de entregarse conscientemente al consumo que contribuye a su propio dominio y, ocasionalmente, levantando su voz en contra de las *industrias culturales*.

Sin embargo, Cook critica a Adorno por fallar en el entendimiento de que algunos productos de las *industrias culturales* siguen la práctica cultural y la trascendencia política que él descubrió en sus trabajos de arte moderno y que, consecuentemente, algunos individuos podrían usar estos productos para ofrecer insumos de conciencia potencial y crítica.

Con relación a las *Industrias Culturales*, Adorno expone las conexiones entre la publicidad y los productos culturales, la penetrante psicología de cultura de masas y el rol de la ideología liberal de consumo de productos culturales específicos. Sin embargo, de acuerdo con Cook, el pensamiento especulativo de Adorno al servicio de normas tales como la libertad, autonomía y espontaneidad, sirve como un prototipo de práctica social y política que puede sobreponerse a la “cosificación y narcisismo endémico de la cultura de masas contemporánea” (Cook, 1996, p.190).

Hay que remarcar que, más allá de la corriente filosófica promovida por el Instituto de Frankfurt, sus ideas han estado ampliamente conectadas con el crecimiento científico y la libertad social en términos ciertamente políticos.

Al respecto, para Adorno el iluminismo tiene una “cualidad dialéctica que contiene las semillas de su propio retorno”. Estas semillas están relacionadas con el carácter instrumental de la ciencia, pues excluyen formas de conocimiento del mundo y, por lo tanto, “amenazan con restringir su progreso”. Adorno subraya que el hombre moderno es tomado cual individuo derrotado porque “está absolutamente devaluado en relación a las instituciones socio-económicas de gran escala”. Simplemente, mientras estas instituciones proveen la seguridad y conveniencia del hombre moderno, trabajan asimismo para aprisionarlo y dominarlo. De importancia particular en este asunto son las *industrias culturales*, pues entretienen a las audiencias masivas mientras les imposibilitan contemplar su realidad. Marx llamó a este fenómeno proceso de alienación.

En aras de probar estos argumentos, Adorno usa a la Segunda Guerra Mundial como un ejemplo de cómo el racionalismo científico se convirtió en destrucción masiva. Para escapar de esta condición, la corriente *iluminista* de Frankfurt fue forzada por el propio Adorno para asumir compromisos políticos y generar conocimiento científico y luchar contra el capitalismo y su opresión. Esta consideración fue llamada “la dialéctica negativa”, pues estaba motivada por la necesidad de “negar los aspectos positivos del iluminismo y hacer explícitas sus cualidades (Adorno, Horkheimer, 1998, p. 258). Consecuentemente, el concepto de las *Industrias Culturales* no es sólo una aproximación científica a la realidad, sino un manifiesto político.

La Escuela de Frankfurt tomaba tan en serio su misión política –antes incluso que su compromiso científico– que en aras de subrayar la prioridad de su proyecto comunista alteró la versión original del ensayo de Walter Benjamin denominado “El Arte en la Era de la Reproducción Mecánica”, sustituyendo los términos de “doctrina totalitaria” por “fascismo”, “fuerzas constructivas de la humanidad” por “comunismo” y “conflicto armado moderno” por “conflicto armado imperialista” (Cook, 1996, p.192-193). Queda claro que la voluntad política delineó las aproximaciones académicas del Instituto, antes que la curiosidad científica.

III. El arte y la política

Stanley Waterman (1998) examina los procesos por los que los festivales de arte transforman lugares cotidianos y mundanos en ambientes que contribuyen a la producción, procesamiento y consumo del arte. Waterman cree que estos eventos, que son la expresión más explícita del arte popular, proveen ejemplos sobre cómo la cultura dominante es resistida. Al respecto, el autor afirma que el apoyo a las artes por las élites es parte de un proceso para establecer distancia social con los proletarios, por esta razón, los festivales han sido tradicionalmente controlados por la voluntad de la cultura dominante. Si bien en el pasado los directores artísticos ejercían tal control, los intentos recientes de los intereses comerciales de vigilar los festivales reflejan cómo las agencias de marketing y los gerentes están transformando el arte y la cultura en una mercancía. Es inevitable en este punto pensar en la más reciente producción cinematográfica de Rodrigo Bellot (Refugiados, 2013). En esta pieza de ficción apocalíptica, la narrativa ilustra cómo un grupo de papeños sobreviven al *Armagedón* descubriendo, en las ruinas de la ciudad, los últimos abastos de hamburguesas Sofía.

Para los culturalistas industriales, el libro de Waterman podría ser la prueba de cómo la cultura de masas tiene la propensión de reproducir la ambición dominante del Capitalismo. Sin embargo, este trabajo destaca realmente las tensiones latentes entre el arte popular y la economía y entre la cultura y la política (Waterman, 1998, p.54-74,). Al respecto, Winfried Gebhardt (2000) provee asimismo una revisión de nueve libros sobre el rol del arte en la cultura; presta atención a la relación entre el arte y la política, la cultura política y las identidades nacionales; el avance de las *Industrias Culturales* y el rol de la política cultural y el Estado. El autor observa los cambios económicos y sociales ocurridos en las sociedades avanzadas desde los años 70 y 80 y cómo éstos han modificado la relación entre la producción artística y cultural con los grupos sociales a quienes sirven.

Finalmente, Barrie Axford y Richard Huggies (1997) afirman que los cambios culturales contemporáneos están transformando inevitablemente la política en muchas sociedades post-históricas. Para proveer evidencia sobre esta proposición, los autores subrayan el carácter cambiante de la política electoral y los discursos de campaña en muchas naciones. Al respecto, argumentan que la aparición de partidos mediáticos, formas de marketing y estilos de vida están produciendo un altamente auto-referenciado estilo de discurso electoral y son mejor entendidos como imitaciones del populismo postmoderno. Esto es especialmente cierto cuando implica:

1. Una creciente dependencia en las técnicas de las culturas industriales a proveer espacios donde el significado es constituido.
2. Una descentralización de ideas e insumos acerca de las formas auténticas de lo público.
3. Una lateralidad de formas de política palpable, como partidos políticos masivos con espacios de interacción social virtuales (Axford, Huggies, 1997).

En beneficio de las teorías de Adorno, queda claro que los productos de las *Industrias Culturales* explican la concepción de la política y las identidades de la sociedad capitalista con suficiente talento. Ciertamente, la consecuencia social del arte está reproduciendo a la cultura que tiene una determinación política.

Por otro lado, toda la revisión bibliográfica descrita, relacionada al arte y la política, está basada en las teorías de las *Industrias Culturales* desde las perspectivas de autores críticos a ella. Pero ¿cuál era la convicción de Adorno del tópico en cuestión?

En la carta abierta que dirigió a Benjamin, en la que inicia 26 años de desacuerdos acerca de si el arte puede generar conciencia proletaria o no, enfoca su crítica al subjetivismo psicológico y al romanticismo a-histórico que él creía ver en el ensayo de Benjamin: "*París, la capital del siglo XIX*". En este documento, califica de "mito" a la valoración de su detractor respecto a las bases de la inspiración del arte concordadas por ambos, pues estarían llevando al proletariado a una "nostalgia romántica" sólo útil a una "unidad primaria con la naturaleza, pero poco productiva para afrontar al capitalismo burgués" (Benjamin citado en Jameson, 1977, p. 100-109).

Con respecto de la potencialidad del arte como vehículo hacia la conciencia social, Benjamin designó el "aura estética" de Adorno (denominación con la que descalificaba la capacidad efectiva del arte de ser un vehículo de la

conciencia social) como un "testimonio de la cultura burguesa", sólo útil para satanizar la producción artística por su supuesta proclividad capitalista. Benjamin distinguió así la función progresiva de la reproducción técnica en el arte, como un camino hacia nuevas apropiaciones de conciencia ideológica por las masas. En otras palabras, Benjamin apoyó la idea de que el arte popular podía construir conciencia social comprometida con la lucha de clases, usando las teorías de Adorno.

Para ensamblar las diferencias entre el arte culto y el popular, Adorno rebatió a Benjamin arguyendo que aquella tecnificación no es menos evidente en "la música atonal vienesa" que en las "comedias de Hollywood". Él creía que el arte popular, como aquel de las películas hollywoodenses, era precisamente un vehículo de la "ideología burguesa" y no aquella herramienta de la emancipación clamada por Benjamin, incluso en sus expresiones más progresistas como aquella de Chaplin ("El Gran Dictador", 1940) para nombrar alguna.

Benjamin replicó que el entretenimiento no es claramente distractivo a la lucha de clases, sino que más bien la podría vigorizar. Desarrolló así la idea de que tal distracción a un cinéfilo experto puede ser tomada de alguna manera como prototipo estético. Sin embargo, estos argumentos no eran nada más que un romanticismo secante para el humor del Instituto de Frankfurt. Para los marxistas radicales y su determinismo económico, las ideas de Benjamin implicaban que la sociedad comunista no habría abolido la fatiga laboral que genera la necesidad de distracción, por eso el arte no podría transformarse en aquella sensibilidad "emancipadora". En términos políticos, el criterio de Benjamin habría sobredimensionado la noción de Lenin con respecto a la "espontaneidad" de la clase trabajadora, que les serviría a los proletarios para dominar el potencial progresivo y significado latente del arte en aras de resistir al Capitalismo. Adorno vio esta perspectiva como *naïve*.

Finalmente, Benjamin fue acusado de ignorar las determinaciones sociales de la reproducción de la diversión, asunto que estaba específicamente reproduciendo la cultura del Capitalismo de las manos de las *Industrias* (Benjamin citado en Jameson, 1977).

En la concepción de Adorno, el arte debería ser un medio para entender la realidad, no una forma de ignorarla. Al respecto otro miembro de la Escuela, Georg Lukas, apoyó la idea de que el arte era propiamente una "imitación de la acción". La acción no se debía interpretar a la luz del materialismo histórico; aunque ciertamente la "imitación" rememoraba el inquebrantable propósito de todo arte válido de reflejar la realidad. Sin embargo, asalta la

duda de cómo conciliar la necesidad de una consciencia de la realidad – comunista– con una consciencia autónoma e irracional que definitivamente mueve al arte moderno, tal como al surrealismo.

Jameson (1977, p.148-150) piensa que las ideas de Adorno no eran tanto un ataque marxista al modernismo, sino una expresión distintiva de él, es decir un matiz vanguardista desde el marxismo. Berlot Brech tuvo una visión concreta de este asunto, pues pensaba que el *High Art* era política e ideológicamente un nihilismo moderno. Pero Adorno se reusó a condenar al arte culto a un rol secundario e inevitable, como Brech parecía sugerir. Sin embargo, la sola posibilidad de un arte moderno político exitoso era tanto como confinar a la estética marxista a las formas disponibles del arte burgués, es decir a condiciones meramente contemplativas. Obviamente, también era de igual preocupación tener que darle la razón a Benjamín. Convenientemente, estos mismos dilemas estaban bajo el escrutinio de los propios surrealistas en Francia durante los años 40.

En este contexto, la controversia del compromiso del arte se transformó en un asunto urgente. Entonces, y con la ayuda del enfoque de Sartre, Adorno mostró cómo las piezas de arte moderno tienden a decaer en productos culturales “lado a lado en el panteón de la edificación opcional”. En semejante coexistencia, se profanan recíprocamente:

“Si una pieza de arte sin el buen propósito de su autor, aspira a un efecto supremo, no puede realmente tolerar un vecino a su lado. Esta intolerancia beneficiosa no solamente se aplica a trabajos individuales, sino para los géneros estéticos o actitudes tales como aquellas alguna vez simbolizadas en controversia con el compromiso” (Adorno, 1978. p. 177 -195).

IV. Surrealismo y Política (Adorno, Dalí, Lenin y Hitler)

En 1934, Salvador Dalí pintó una extraña pintura denominada “El destete del mobiliario-nutricional” (Fig. 3). En esta pieza, Dalí ilustró una *swastika* atada al brazo en uno de los personajes retratados. El pintor español se justificó diciendo que estaba tratando de reflejar la ideología fascista con curiosidad científica. Sin embargo, sus detractores encontraron en esta obra “una peligrosa fascinación e incluso admiración” del autor hacia los valores del nazismo. A consecuencia de estos eventos, en febrero de 1934



Fig. N°3: “El destete del mobiliario-nutricional” de Salvador Dalí (1934).

André Breton juzgó a Dalí ante la corte surrealista bajo cargos de “simpatía nazista”.

En consonancia paradójica con las ideas de Adorno, se debe decir que el movimiento surrealista fue concebido como una respuesta práctica del modernismo para reivindicar el arte como un instrumento de la utopía comunista. Así, en la cabeza de Breton la fascinación de Dalí con Hitler amenazaba con llevar a la ruina al surrealismo exponiendo sus debilidades ideológicas, amén de sus intentos de caracterizarse a la “izquierda” en la producción ascética. Para desgracia de Breton, la defensa de Dalí parecía acarrear la propia llamada de Breton en el primer Manifiesto Surrealista a producir piezas “fuera de las preocupaciones ascéticas o morales”.

Aun al dirigir su atención a Hitler, Dalí analizó el fenómeno nazi a través del lente de las *Industrias Culturales* bautizándolo como “síntoma apocalíptico de la alienación y auto-agresión que aflige a sociedad burguesa” (Dalí en Greeley, 2001, p. 465-492). Incluso con aquella explicación –enunciada apropiadamente– los amigos de Dalí (entre ellos Paul Eluard) estaban desilusionados: “Es absolutamente necesario que Dalí encuentre otro objeto de delirio. La escogencia de Hitler, incluido el plano en el que Dalí lo sitúa, es inaceptable” (*Ibidem*, 465-492). Queda claro que lo que estaba bajo juicio era la “consciencia autónoma” –el “sutil frenesí” que inspiraba a Dalí– y no el mensaje objetivo o adjunto de la pintura, simplemente porque el significado social de “El destete del mobiliario-nutricional” es imposible de leer, sino a través de los ojos del pintor español.

Pero esta pintura no fue la única de su especie. El retrato que Dalí pintó de Lenin en una postura radical de desnudez denominado “El enigma de Guillermo Tell” (1933/Fig. 4) puso a Breton tan furioso que incluso trató de romper la pieza. Más allá del hecho de que el retrato era supuestamente la contribución de Dalí a la causa del comunismo; un Lenin arrodillado, usando una versión coja del sombrero característico de Guillermo Tell, escasamente vestido con una camisa y chaleco burgueses, no era precisamente un instrumento de propaganda socialista. Más aún, el ícono más controversial del cuadro eran las nalgas de Lenin, tan alongadas que necesitaban ser sostenidas por una muleta de madera, mostrando al gran líder comunista ridículo y afeminado. Más que retratar a Lenin como el líder de la revolución, Dalí lo evoca como una figura paternal burguesa que provoca una ansiedad edípica y asco.



Fig. N°3: “El enigma de Guillermo Tell” de Salvador Dalí (1933).



Fig. Nº 5: "El Enigma de Hitler" de Salvador Dalí (1938).

El ejemplo final, el "Enigma de Hitler" (1938/Fig. 5) subraya la obsesión paranoica, antes que científica, o incluso política, de Dalí con el líder germano. Al respecto, Dalí explicó su encanto con Hitler en su autobiografía ("El Diario de un Genio", 1953-1964): "El trasero gordo de Hitler, especialmente cuando lo vi aparecer en uniforme, excitó en mi una emotiva y deliciosa degustación originada

en la boca, provocándome un éxtasis Wagneriano (...) Frecuentemente sueño que Hitler es una mujer. Su carne, que la imagino más blanca que el blanco, me encanta. Pinté una enfermera hitleriana mojada, sentada, tejiendo un charco de agua... No había razón para dejar de decir que para mi Hitler encarnaba la perfecta imagen de un gran masoquista que desata una guerra mundial solo por el placer de perder y enterrarse asimismo debajo de las ruinas de un imperio" (Dalí en Greeley, 2001, p.479).

Para fabricar un producto cultural capaz de reflejar la realidad objetivamente, las industrias lo tienen que validar socialmente. Al respecto, existen dos posiciones de objetividad que están constantemente en tensión. (1) Un trabajo de arte comprometido desnuda la magia de una pieza que está conforme con ser fetichista y (2) las piezas de arte se terminan asimilando a la existencia contra la que protestan.

En palabras de Adorno (1978), el modernismo es un pasatiempo inoperante para aquellos que quisieran dormir en medio del aluvión que los amenaza en un apolitismo que en el fondo es profundamente político. Esto pareciera describir la conducta daliniana de curiosidad antes que de compromiso en su "Destete de Mobiliario-nutricional". Sin embargo, semejantes trabajos antes que una distracción de la batalla de los intereses reales, de los que nadie está exento, mostraron a Dalí retozando a favor del Capitalismo. Aunque Adorno reconoce a las piezas del español como de arte culto, las encuentra claramente en el "bloque burgués".

Por otro lado, para el modernismo autónomo –tal como el de la primera filosofía surrealista– la conciencia social es la catástrofe espiritual que transforma el arte en, otra vez, burgués. Adorno piensa que una vez que la mente renuncia al deber y la libertad de su propia objetivación, ha abdicado. Por lo tanto, las piezas de arte terminan siendo cooptadas por la razón contra la que protestan. Subsecuentemente, el arte comprometido desatado de la realidad, en tanto arte, no tiene utilidad alguna.

La exclusión de Dalí del movimiento surrealista prueba precisamente que el movimiento de Breton no estaba fuera de "las preocupaciones morales o estéticas" –como mandaba el manifiesto– sino más bien subyugado por la doctrina comunista. Sin lugar a dudas, el compromiso marxista para pesar de Adorno, descompuso a la esencia del surrealismo. Ciertamente y aunque expulsado, Dalí seguía siendo "surrealista" o "el surrealismo personalizado" como él mismo expresó. Sea como fuere, el "arte por el sólo propósito del arte niega por su ambiente absoluto una conexión imposible de erradicar con la realidad, que es *a priori* un polémico intento de hacer al arte autónomo de lo real" (Adorno, 1978, p. 178).

Contrariamente, los surrealistas aspiraban a tener un método autónomo de reflejar la realidad. Al respecto, hay consideraciones que se deben hacer: (1) La realidad es concebida como una construcción de la psique humana, por lo que las concepciones surrealistas de la sociedad se acercan más a la teoría de Adorno sobre las *Industrias Culturales*. Para ellas, el Capitalismo reduce todas las aspiraciones a "valores de mercado, imposturas religiosas, aburrimiento universal y miseria". Pero paradójicamente a esta proposición de Adorno (2), el surrealismo concibió el autonomismo –cautivado por la teoría de Freud sobre los sueños– como una táctica para liberar la imaginación revoltosa y caótica del mundo onírico para interpretar la realidad. El autonomismo –una amenaza individualista para Adorno– propuso que la producción de una imagen debería abandonar el control consciente. Ciertamente, el método paranoico-crítico rechazó el rol dinámico del imaginario al servicio de la crítica social para las artes y la producción creativa. Así, cada imagen dada está abierta a múltiples interpretaciones. Dalí propuso sistematizar estos posibles valores en un análisis operativo de la realidad. Argumentó de esta forma que a través de la deliberada simulación de la paranoia, cualquier sujeto envuelto en su método podría ser capaz de demostrar que la realidad no es una entidad arreglada (predeterminada) a la que el individuo responde, sino un constructo nacido de la comprensión individual del mundo. Entonces, (3) el método paranoico crítico mostró el camino a la crítica del campo simbólico, como una parte integral de cualquier interrogante de las relaciones sociales.

Más que una crítica, el método paranoico-crítico propuso un ataque calculado a la existencia burguesa, capaz de destrozarse los intentos del Capitalismo de encasillar al yo, mientras transformaba al mundo en una sociedad comunista.

Claramente, Dalí mostró al surrealismo capaz de proponer una estrategia de interpretación activa de los eventos sociales y políticos a través de la producción de conciencia imaginaria e inestable. Obviamente, esta paranoia se opone radicalmente a la idea de las culturas y los *mass media* subrayando

que la realidad es una construcción del inconsciente y es concebida individualmente. Sin embargo, para Breton y los surrealistas comprometidos, el resultado de la producción autónoma de Dalí, de la utilización de sus metáforas desestabilizadoras, estaba desestabilizando más bien a la utopía comunista antes que al espíritu capitalista. No es casualidad que fuera Lacan, y no Adorno ni ningún otro entre los pensantes marxistas, el solitario interesado en la paranoia daliniana.

En beneficio de Adorno, queda claro que el arte culto no puede generar solidaridad social siempre que sus mensajes estén contruidos por la conciencia autónoma de la realidad. Sin embargo, el arte puede expresar mensajes políticos; aunque sin resignar su esencia egoísta. Dalí pintó a Hitler y Lenin, Picasso al Guernica y Diego Rivera a Marx, Trotsky y a Stalin, pero todos ellos sin otro compromiso que el de su convicción e inspiración autoconscientes. Ahora bien, la utopía del Instituto de Frankfurt por un arte comprometido fue aniquilada por el mero concepto de las *Industrias Culturales*, así como el Surrealismo como propuesta política por André Breton, desde el momento en el que aspiraba a colectivizar la conciencia social. Aquí, el método paranoico-crítico podría haber sido el eslabón perdido de Adorno para ofrecer al arte moderno un método capaz de conectarlo con la realidad y liberarlo así de la sospecha de la distracción capitalista. Sin embargo, el método representa en la práctica una sensibilidad, una forma de percibir la realidad hecha de un constructo individualista e inútil para colectivizar a la sociedad en la edificación de una identidad común, o incluso de reafirmar la conciencia falsa del propio capitalismo en última instancia.

V. Conclusión

La historia ha demostrado que el arte moderno, aún comprometido ideológicamente, no puede generar determinaciones sociales tales como la conciencia o la colectivización social (claramente tampoco la resistencia al Capitalismo), éstas son resultado generalmente de los procesos de ideologización de las identidades sociales o producto de la socialización política. Esta constatación hace del arte comprometido un cometido tan fatuo como inútil en su propósito altruista. Sin embargo, los artistas modernos han utilizado su ideología –en muchos casos comunista– para interpretar y criticar la realidad. Ahí están el realismo soviético con su falta de pudor para encubrir sus intereses propagandísticos, o las magníficas piezas de Picasso burlándose del capitalismo en el corazón de Wall Street, las de Diego Rivera y sus alegorías a Marx y Trotsky en el pleno Rockefeller Centre y las de Dalí y su delirio católico y fascista. El punto es que aunque el arte moderno, y cualquier arte en general, pretenda ser un instrumento de la divulgación ideológica,

la producción de conciencia depende ciertamente de las interpretaciones autónomas e individuales de quienes los admiran. En palabras más claras, si Breton no podía interpretar el “irracionalismo” daliniano de sus piezas políticas ¿cómo podría haberlo hecho un proletario?

De todos los surrealistas, Dalí sobresale indiscutiblemente. Sin embargo, su trabajo parece contradecir permanentemente el ideario del manifiesto de Breton, pues si los surrealistas concebían su arte “como un instrumento de la utopía comunista”, Dalí lo utilizaba para desacreditar a los líderes socialistas a título de su paranoia crítica; y cuando los surrealistas vindicaban la producción de arte “fuera de las preocupaciones ascéticas o morales”, Dalí abrazaba vigorosamente al catolicismo pintando santos y aparecidos, siéndole rentable así a la expresión de dominio más autoritaria, cual era la Iglesia Católica para Breton. Amén de su proclividad a fantasear con las caderas de Hitler.

El propio Dalí definió su método en la categoría de “conocimiento irracional” basado en el “delirio de la interpretación”. Simplemente, el surrealismo era el proceso por el que Dalí encontró caminos únicos para percibir el mundo circundante, un mundo ciertamente real y cultural. Muy a pesar de Adorno, Dalí es uno de los pocos artistas modernos que pudo conciliar una producción de conciencia autónoma con el compromiso con la realidad social, asunto que hubiera materializado el sueño de Frankfurt de un arte moderno proactivo al comunismo. Sin embargo, su delirio irracional (su sutil frenesí) por más comprometido que haya podido ser, era al final del día simplemente hedonista.

SEGUNDA PARTE

I. ¿Puede la conciencia social ser hedonista?

Queda claro que el arte no puede colectivizar la conciencia de clase –aunque por el mismo dilema tampoco podría reproducir la alienación– pues la resistencia o expansión del orden social sucede a base de construcción de comunidades ideológicas de sentimiento. Entonces ¿por qué llamar al arte moderno una industria cultural si no se pueden medir su consumo ni la mecanización de su mensaje en el contexto de la producción industrial capitalista?

Empero, Theodor Adorno (1978) estaba eventualmente en lo cierto cuando afirmaba que el arte moderno era, por su carácter hedonista, un pasatiempo inoperante y distractivo. Su buen deseo para la sociedad era la eliminación del goce (de la felicidad) en aras de conseguir el estrés necesario para la lucha de

clases, para cumplir así con la profesía de Marx a través de la construcción de la conciencia proletaria; asunto imposible de lograr con trabajadores “felizmente” explotados. Contrariamente, la utilidad social del arte está quizá precisamente en su carácter placentero. Si como postulaba Dalí, la autonomía consciente libera la “imaginación revoltosa para interpretar la realidad”, el hedonismo es el único camino para construir conciencia respecto a la realidad a través del arte.

Desde la perspectiva de John Stuart Mill y Jeremy Bentham (en Jary, D. & Jary, J., 1991, p. 661) –asociados al desarrollo de las ideas del utilitarismo– el hedonismo promueve la noción de que la meta en la vida debe ser el descubrimiento de su utilidad, que podría estar fastidiada por el prejuicio individual y la ignorancia. Sin embargo, el comportamiento que aumenta la felicidad y reduce el dolor, debe ser fomentado; y aquel que genera infelicidad, proscrito. El hedonismo implica un modelo de acción social en el que los individuos racionalizan la búsqueda del bienestar propio; siendo que la sociedad no es sino el agregado de individuos, aglomerados en la consecución de sus metas personales.

Cuando el compromiso social nace de la convicción e inspiración autoconscientes –del método paranoico crítico u otro– aún el más altruista y militante de los artistas, termina entregado a su visión utilitarista y, por lo tanto, hedonista de la realidad. Para discutir esta proposición, propongo estudiar en esta segunda parte al arte comprometido a partir de las herramientas de la sociología de la esperanza. Aplicaré las ideas de Albert Camus (1951) respecto al “mito” en su trabajo “El Hombre Rebelde” a piezas de arte contemporáneo latinoamericano que muestran al “Che” Guevara en calidad de “santo”. Pretendo así establecer la conexión entre el compromiso social y la autonomía autoconsciente de la producción artística.

II. El rebelde

En octubre de 1967, Ernesto Guevara de 37 años (“Che”), conocido en el mundo por su participación en la revolución cubana de 1959, muere asesinado por un soldado boliviano, luego de haber sido declarado prisionero por el Ejército. Guevara lideraba una guerrilla en contra el capitalismo boliviano y demandaba convertir al país más pobre de Sudamérica al socialismo. Tan sólo un año después de su muerte, su imagen era el ícono de “libertad y justicia” usado por estudiantes y trabajadores, artistas vanguardistas y creyentes de la sociedad comunista, en contra del capitalismo francés. Mayo del 68 parisino trajo a la esfera pública no solamente una rebelión y el pasajero miedo de la disolución de la quinta república de Charles De Gaulle, sino críticas confusas al dominio del Capitalismo y lecturas románticas de la dicotomía entre la

sociedad “injusta” y el advenimiento de la “utopía”. Este movimiento social gestó, además de las cosas obvias, nuevas manifestaciones de arte y un sentido inspirado de esperanza y rebeldía.

La cara del “Che” fue el retrato de aquel movimiento; aunque su significado no era consistente con las demandas de los estudiantes de autonomía y de mejores salarios de los trabajadores. Aún, él era el ícono por el que los protestantes simbolizaban su adherencia y reconocimiento político. Al respecto, la primavera francesa del 68 ha sido lo que Alberto Camus llamaría una rebelión. De Gaulle renunció, pero Pompidou, el ministro del interior durante la revuelta, fue electo en 1969 presidente de Francia de la mano de quienes combatieron contra él.

Realmente, el debate sobre mayo del 68 no es conclusivo respecto a la existencia de un proceso revolucionario o de una simple revuelta. Camus distingue ambos términos, rebelión y revolución, de la siguiente forma: “La rebelión es una apasionada pero desahuciada insubordinación contra el opresor”. Por otra parte, la “revolución es el uso racional y sistemático del terror para establecer la futura justicia” (King, 1968, p. 29). Todos los sectores involucrados en las protestas de mayo luchaban contra el *establishment* y en contra de lo que consideraban un “Estado injusto” al que deseaban sustituir. El proceso nunca llegó a ser obviamente una revolución. Camus argumenta que para determinar el deseo por la revolución, los rebeldes deben descubrir que la sociedad en la que viven es “absurda” y que amerita ser reemplazada con un nuevo y concreto orden político y social.

III. Lo absurdo

En “el mito de Sísifo”, Camus sostiene que la certeza de la muerte hace de la vida absurda. Él compara la suerte de Sísifo, la mítica figura griega que estaba condenada eternamente por los dioses a empujar una enorme piedra cuesta arriba, “sólo para verla rodar una y otra vez cuesta abajo” (Rhein, 1989, p. 61). El dilema de juzgar si vale la pena o no vivir la vida, es una frivolidad para Camus. Como lo es juzgar si el arte tiene o no utilidad social. La muerte es naturalmente un hecho con el que se debe lidiar. Pero, otra vez, la vida sigue siendo “absurda” en tanto la muerte acaezca. Sin embargo, Camus busca descubrir un modo de acción que nos enseñe a sobreponernos a esta situación nihilista. La acción propuesta para combatir al absurdo es, necesariamente, “la rebeldía”.

Ciertamente, los efectos más importantes del “Che” Guevara, en el comportamiento social, aparecieron luego de su muerte y no tanto en la política, sino en la cultura y el arte. En Latinoamérica, su caída fue utilizada

como un logro político por los enemigos del castrismo y la Unión Soviética, y como un instrumento de reclutamiento por ellos y sus aliados contra el capitalismo estadounidense. Pero más allá de aquello, la muerte del “Che” no trajo el avivamiento del pensamiento socialista o la explotación de guerrillas marxistas en sus países, como fuera su deseo. El proyecto de Guevara se evaporó rápidamente de la agenda política, pues el continente se alineó rápidamente al *Pacto por el Progreso*. Empero, su tragedia dejó un mito de implicaciones culturales, producto del sentimiento de esperanza plantado por su rebeldía en contra la calidad injusta de la sociedad. Este mito fue representado por el mismo ícono usado en Francia para desarrollar la lucha contra la idea del “absurdo” de Camus.

Es precisamente en “El Hombre Rebelde” que Camus se enfoca en los efectos sociales de la rebelión en contra del “absurdo” (King, 1968, p. 29). Pero la calidad absurda de la vida, que se origina de la certidumbre de la muerte, no puede ser realmente transada en los escenarios mundanos de la vida cotidiana.

La lucha contra la injusticia divina es simplemente imposible de ganar luego del postulado ético del cristianismo humanista. Sin embargo, una vez negada la existencia de Dios, “los hombres reconstruyen la creación a través de sus propios conceptos” (Rhein, 1989, p. 67). La idea de lo “absurdo” puede cambiar de sentido una vez que se asume que “no hay valores trascendentales” (King, 1968, p. 29), por lo que hay un camino para ir más allá del nihilismo. Estos valores pueden reforzar el sentido de que lo absurdo puede ser encontrado antes de la muerte final en conceptos como, por ejemplo, la “injusticia” o la “inequidad social”. La rebelión en sí misma es el fundamento para buscar valores que pueden verse en la relación entre los ciudadanos y los gobernantes. Consecuentemente, el enemigo del rebelde no es Dios, quien es el responsable en última instancia de promover la muerte a los seres humanos, sino el “Estado injusto” que es, en los hechos, responsable de suministrar “justicia y “equidad”. Tal como la condena tiene el rostro mítico en Satanás —entidad provista del poder magistral de Dios— al orden injusto le fue otorgado, por los enemigos coyunturales del orden social, la apariencia inconfundible del Capitalismo.

El “Che” Guevara se transformó en héroe más allá de sus logros terrenales, tan sólo por morir bajo el llamado de la lucha contra el Capitalismo. Camus sostiene que “el héroe de lo absurdo tiene que preservar la conciencia rebelde en su muerte”. Es un hecho que el rebelde político prefiere morir antes que vivir como esclavo, porque “su fe es en la justicia, antes que en la vida”. La prueba pública de su desprendimiento y sacrificio hacia la vida, se manifiesta

en la carta que el “Che” escribió a Fidel Castro antes de partir a la campaña boliviana. En este documento, ofrece entregar todos sus bienes materiales, y aún vida por la “causa”:

“Un día pasaron preguntando a quién se debía avisar en caso de muerte y la posibilidad real del hecho nos golpeó a todos. Después supimos que era cierto, que en una revolución se triunfa o se muere (si es verdadera) (...) Que no dejo a mis hijos y mi mujer nada material y no me apena; me alegre que así sea. Que no pido nada para ellos, pues el Estado les dará lo suficiente para vivir y educarse” (Guevara, 1966, p.142).

Naturalmente, la carta fue un apropiado instrumento de propaganda, útil a los estados comunistas para promover en los países occidentales la expansión de su sistema político. Pero más allá de la política, el texto retrata vívidamente al rebelde de Camus. Tal es así que la protesta francesa de mayo del 68 usó la misiva del “Che” para mostrar la dimensión del compromiso político en su lucha “antiimperialista”. Así, en las paredes de París el slogan de Guevara estaba escrito: “¡Hasta la victoria siempre, patria o muerte!”. Gracias a que la muerte vino primero, el mito del rebelde fue bien abonado a partir del trágico fallecimiento de Guevara, y su vida tuvo un sentido de utilidad social. En este caso, el mito se basa en la creencia de una dignidad humana común. Desafortunadamente, en la práctica esta creencia es frecuentemente destruida por la naturaleza humana propiamente. Entonces, “la primera consecuencia del rebelde es despertar conciencia en los individuos de su valor como humanos y de sus potencialidades como miembros de la especie humana” (Rhein, 1989, p. 64). La certeza de la muerte hace de esta conciencia creíble.

Por otro lado, la noción de la humanidad de un héroe hace cierto el hecho de que su lucha es una opción a tomar. El grito de guerra del “Che” se acompañaba con el retrato de Alberto (Korda) Díaz Gutiérrez, combinación que permitía mostrar al rostro perfecto del rebelde; un guerrero circunspecto, preparado para dar la vida por la causa. Morir por la revolución es la oposición personal del rebelde a la condición absurda del universo, por el consentimiento de la gente que lo sufre (King, 1968, p. 27). Consecuentemente, ésta entrega es una expresión de solidaridad pura con la causa contra el enemigo mutuo.

La historia muestra la existencia constante de estos guerreros —en la medida en que la condición absurda de la vida persista— pues, Camus arguye, “en los pasados 150 años, la misma protesta social ha sido repetida una y otra vez” (Camus en Rhein, 1989, p. 68), siempre relacionada a la injusticia e inequidad. Sin embargo, no todas las rebeliones se han transformado en revoluciones. De acuerdo a Camus, el rebelde debe buscar la moral filosófica o religiosa que demanda la unidad en el mundo, incluso si el mundo niega el significado

de la vida, que es la causa del pensamiento comunista (*Ibidem*). La unidad es posible si más personas abrazan el reconocimiento de un enemigo común o, en otras palabras, la misma definición de lo absurdo. Por ejemplo, la definición del “Che” Guevara del socialista rebelde reclama para tal propósito, unidad frente al enemigo común:

“El guerrillero (...) es el combatiente de la libertad por excelencia; es el elegido del pueblo, la vanguardia combatiente del mismo en su lucha por la liberación. (...); la guerra de guerrillas es la guerra del pueblo entero contra la opresión dominante” (Guevara, 1966, p.134).

IV. El mito y el arte, de Marx a Dios (del “Che” a Cristo)

En el siglo XX el rebelde individualista del XIX degenera en una combinación de anarquía subjetiva y de los principios objetivos del marxismo. Si asumimos que la figura del rebelde metafísico y romántico de Camus se parece más al mito del “Che”, no entenderemos su rebeldía vista en la lucha contra el Capitalismo. Camus arguye que “el absoluto histórico que Hegel postula en reemplazo de Dios, es la posterior deshumanización de la idea de revolución” (King, 1968, p. 33), pues la especie humana tiene control sobre su destino y sólo es parte de un determinismo histórico. Entonces, la prevalencia obvia del mito del “Ch”e en la esfera pública nos hace preguntar: ¿Cómo puede la unidad y solidaridad ser construida sin el humanismo y desde el materialismo?

Por un lado “uno puede vivir creyendo en nada, cuando uno establece un sistema de la ausencia de fe y acepta las consecuencias del nihilismo” (*Ibidem*). Por otro lado, y éste es el caso, la respuesta no tiene argumento político o religioso alguno. El mito del “Che” fue construido en el campo de la necesidad común de la lucha contra la injusticia social. En general, si el rebelde está limitado por cualquier amor por el mundo, más bien se esmera en transformarlo y oponerlo a su cruel creador, quien es precisamente Dios. No es de extrañar que los primeros rebeldes “metafísicos” atacaran a Dios como el “cruel” responsable de la injusticia de la creación (ahí está el ateísmo como alternativa a este problema). Los rebeldes descubren, sin embargo, que no son los suficientemente poderosos para destruir a Dios. En este contexto, Camus ve a Jesucristo como el gran mediador entre Dios y el hombre, capaz de resolver el problema de la muerte y la maldad apoyando al rebelde. Consecuentemente, Camus propone que “la rebeldía metafísica moderna es inseparable de la tradición cristiana”.

En una región de profundas raíces políticas tal como Bolivia, la rebelión metafísica del “Che” que los traductores marxistas intentaron promover, mutó de una perspectiva política a una religiosa; no tanto en el imaginario colectivo

como en el plano de la producción de arte popular y sacro. Ciertamente, su muerte lo transformó en el mediador entre Dios y el hombre para luchar contra la opresión. Si en Francia el “Che” fue el ícono de la libertad y justicia, en Latinoamérica fue el ícono de una tragedia que hacía reminiscencia al sacrificio de Jesucristo.

Sin embargo ¿cómo puede ser que un ateo sea el mediador de Dios en las mentes de los cristianos? (1) La teología de la liberación –un doctrina política latinoamericana– sostiene que un católico podría recibir el llamado de Dios a luchar contra la injusticia social por la vía armada como la alternativa final. Estas tendencias religiosas han permitido a los marxistas del continente ejercitar su catolicismo, sin remordimientos ideológicos y emprender proyectos políticos socialistas en el nombre de Dios. (2) Aunque Guevara se haya declarado ateo en innumerables ocasiones, la muerte en el humanismo cristiano es un evento de reconciliación con Dios, que encontró a Guevara en la lucha por la justicia social. En este contexto, el sacrificio del “Che” en Ñancahuazú es frecuentemente comparado con el *vía crucis* de Jesucristo, tal vez por la ética de la cultura católica, pero más claramente por ciertas evocaciones iconográficas. Al respecto, la imagen que guardamos de Cristo, gracias a la visión ideológica del arte sacro, es frecuentemente comparada con el famoso retrato del “Che” entrando en la Habana. Por otro lado, las fotografías que retrataron su muerte, tendido en la lavandería de Vallegrande, muerto con los ojos abiertos, barbado, con el torso desnudo y la herida de bala en el costado, dieron lugar a las interpretaciones de la inspiración autoconsciente de los artistas comprometidos.

La entrada de Jesús en Jerusalén, que es el símbolo del mito del catolicismo, tiene su propia versión en la entrada del “Che” en la Habana. El pintor cubano Manuel Mendive, ha retratado al “Che” montando una mula, tal como Jesús a un asno; aunque cargando su rifle en lugar de las ramas de laurel (Craven, 2006, p. 108). Si el laurel simboliza la llegada del reino para los cristianos, el rifle, el advenimiento del socialismo para los guerrilleros. El pintor boliviano Gil Imaná fue un poco más allá en tales reminiscencias cuando creó su Che-Cristo (Querejazu, 1999, p.158/ Fig.6). Esta pieza muestra a un “Ace Home” estigmatizado, pero con una adherencia de “curiosidad científica”, como diría Dalí. Precisamente, acompañando a los estigmas cristianos (heridas de los clavos y el



Fig. Nº 6: “Ace Home” de Gil Imaná (s/f).

costado) hay un orificio de bala que representa la forma en la que fue muerto el “Che”. Tal como en el cristianismo, donde las imágenes del *vía crucis* son la ilustración vivida del sacrificio, los últimos días del “Che” son recordados con una lectura religiosa que desde la autonomía del escultor, volcó el mito del rebelde en la invención del santo.

Camus creía que “la mentalidad revolucionaria se desarrolla en los intentos de artistas para contender al absurdo”, coincidiendo de alguna manera con Adorno en el propósito de resistir la opresión del “orden dominante”. Esto relaciona el deseo de unidad y belleza expresado en el arte, con nuestra aspiración expresada en las instituciones políticas y afirma que “la habilidad del arte para corregir el desorden material y proveernos de nuestro refugio anhelado en el pasaje del tiempo” (King, 1968, p. 30).

Debe decirse, que la imagen del “Che” en Latinoamérica también se venera como la de un santo, como resultado de las correlaciones entre los deseos políticos y los religiosos, y que el Santo, en el sentido católico, contiene la idea del mediador de Camus entre el hombre y Dios en la lucha por la justicia. En Ñancahuazú, el pueblo donde fue asesinado Guevara, una capilla fue edificada en el lugar donde se le disparó. La imagen principal del altar no es la Virgen María, es la versión guerrillera de Cristo. Ahí, otro artista boliviano, Alejandro Aguilera, ha reinventado el retrato del “Che” (Fig.7) a partir de la tradición de talla de madera usada en los santos católicos, representando otra versión de un “Che” Cristo (Craven, 2006, p. 111).

V. Conclusión

En “El Hombre Rebelde”, Camus practica la ironía cuando describe la arena política donde el héroe se desempeña. Como Bertol Brech explicaba, el rebelde romántico impedido de “hacer” mueve su esfuerzo a “parecer” y luego se transforma en un “coqueto” y actúa su vida en frente al espejo de la opinión pública, imitando el ideal del súperhombre antes que siéndolo realmente. Claramente, el mito del “Che” ha reescrito la vida del guerrillero, porque él está impedido de vivirla. Razonablemente, el “coqueteo” es una “imitación a Dios y un intento de hablar con él como igual” (King, 1968, p. 32).

En 1970, el Ejército de Liberación Nacional (ELN), reorganizado, reinició operaciones en la región de Teoponte, Bolivia. Muchos de los nuevos rebeldes eran católicos (sacerdotes algunos) y resolvieron el dilema de conciliar la propuesta de Cristo con la de la utopía socialista, proclamando la santidad del “Che”. Pero la paradoja final muestra que aunque los rebeldes tienen un claro concepto de justicia (qué es un don divino) tan pronto actúan, se encuentran

a sí mismos cometiendo injusticias (que es un acto humano). Esta nueva guerrilla no pudo tampoco crear la utopía socialista, ni siquiera usando el mito, pues sus actos reforzaron las nociones de lo absurdo.

Camus traza una tendencia similar para moverse de un deseo ilimitado de libertad a un deseo de total destrucción en algunos de los más influyentes filósofos y poetas del siglo XIX. Con este carácter, la rebelión fracasa cuando el rebelde olvida la tensión que levanta, pues “su deseo de remarcar que el mundo está sujeto a límites descarnados impuestos por su apego individualista, le hace perder su habilidad de cambiar la naturaleza de la realidad” (Camus en Rhein, 1989, p. 72-73).

En tiempos cuando la filosofía no es más la madre de la ciencia –tal vez la bisabuela romántica y pasada de moda– una digresión sobre el heroísmo puede ser anacrónica. Sin embargo es mi interés discutir el énfasis de Camus sobre la rebeldía y cómo puede vincularse a la necesidad humana de tener una alternativa de valor racional contra lo absurdo.

Que el arte conciba al “Che” como un Santo –o el que las caderas de Hitler a alguien le parezcan sensuales– suena irracional cuando pensamos en que las teorías de Marx se basaban en la “razón pura”. Para Camus tales expresiones estarían fundamentadas en no más que la fe en la profesía, o en la autonomía –incluso paranoica– de sus creadores. Asimismo, el autor plantea que todas las formas de totalitarismo han derivado su justificación en las enseñanzas de Marx o Hegel (Rhein, 1989, pp. 72-73).

Sin embargo, el papel del “Che” Guevara en esta tarea (de santidad onírica) afecta más al sosiego social antes que al avivamiento político de las ideas comunistas, en tanto el rebelde se transforma en mediador de los intereses del pueblo ante Dios. Por lo tanto, pensar en el “Che” cual santo implica que la sociedad aspira a perder el estrés de la lucha de clases, en aras de la esperanza y a través del goce.



Fig. N° 7: “Che Cristo” de Alejandro Aguilera (s/f).

Consecuentemente, los proponentes del arte sacro político (mostrado en este ensayo) expresan su posición política, pero a través del hedonismo más puro en tanto distraen a las masas de su condición de proletarios, tal como temía Adorno (hacen pensar que el “Che” es un santo y no un guerrillero).

En conclusión, cada pieza de arte, sea conservadoramente realista o valientemente surrealista, tiene un mensaje que frecuentemente es cultural y, cómo no, político. Dicho mensaje puede ser crasa o sugerentemente político, pero siempre comprometido con la realidad. Sin embargo, la significación o el sentido de estos mensajes tienen tantas interpretaciones como individuos existen.

VI. Bibliografía

Adorno, T. & Horkheimer, M. (1998). *Dialectic of enlightenment*. New York: Ed. Continuum.

Adorno, T. (1991). *The culture industry : selected essays on mass culture*. London-UK: Ed. Routledge.

Axford, B. & Huggins, R. (1997). *Anti-Politics or the Triumph of Postmodern Populism in Promotional Cultures*; in Public Jaynost. Vol. 4, Number 3, P. 5-25.
Bronner, S. E. (1999). *Camus, Portrait of a Moralizer*. U.S.A: University of Minnesota Press.

Cook, D. (1996). *The Culture Industries revisited: Theodor Adorno and Mass Culture*. London –England: Rowman and Littlefield Publishers, Inc.

Craven, D. (2006). *Art and Revolution in Latin America (1910-1990)*. U.S.A.: Yale University Press.

Díaz Gutierrez, Alberto (Korda); Che 1960, Colección Privada.

Gebhardt, W. (2000) *High Culture, Popular Culture, Socioculture. Borders Disappear and Cultural Politics Do Not Know How to React*. In Soziologische-Revue. Vol.23, Number 1, p. 24-31

Guevara, Ernesto (1997). *Carta a Fidel, Obras Completas*. La Paz-Bolivia: Plural Editores.

Greeley, R. A. (2001). *Dalí's Fascism; Lacan's Paranoia* In Art History' Vol. 24; Number: 4 Pp. 465-492.

Jameson, F. (1977). *Presentation III, 'Letters to Walter Benjamin'*; in Ernest Bloch, Georg Lukacs, Bertolt Brecht, Walter Benjamin, Theodore Adorno, *Aesthetics and Politics*. London: NLB.

Jary, D. & Jary, J. (1991). *Sociology, dictionary*. United Kingdom: Harper Collins Publishers.

King, A. (1968). *Camus, The rebel and the artist*. London-U.K.: Oliver and Boyd.
Lazar, D. (2002). *The Unique Creation of Albert Camus, 'The Myth and the Rebel: Diversity and Unity'*. U.S.A: Yale University Press. Pp 130-150.

Querejazu Leyton, P. (1999) *Las Artes, Bolivia en pos de sí misma*, in Campero Prudencio, F.; *Bolivia en el Siglo XX*. Bolivia: Harvard Club de Bolivia.

Negus, K. (1998). *Re-Thinking Approaches to the Culture Industries*. International Sociological Association (ISA).

Rhein, Phillip H. (1989). *Albert Camus, 'The Rebel'*. Boston-US.A: Twayne Publishers.

Waterman, S. (1998). *'Carnivals for Elites? The Cultural Politics of Arts Festivals'* in Progress in Human Geography. Vol. 22, Number 1. p.54-74.



La estrategia política como estrategia comunicacional

¿Medios, mensajes y encuestas...
suficientes para la ingeniería electoral?

Lic. Fernando Molina Monasterios¹

Resumen

En condiciones democráticas, la política se divide en la que se hace fuera y la que se hace desde el poder. La primera clase de política, que es aquella de la que se habla en este artículo, es hegemonía pura, sin coerción. En esa medida es formalmente homóloga a la comunicación. Este artículo interpreta la política como una actividad “en forma” comunicacional, y en esa medida —es decir, en la medida de lo formal— como el posible resultado de una estrategia comunicacional preconcebida, cuyos elementos se describen en el artículo.

Palabras clave:

Comunicación y política, estrategia comunicacional, comunicación electoral.

¹ Comunicador por la UCB, periodista y escritor. Ganador del premio Rey de España al periodismo iberoamericano. Ha publicado varios libros y folletos, entre ellos “El pensamiento boliviano sobre los recursos naturales” (2009). Interesa aquí en especial “Bajo el signo del cambio” (2006), un análisis de tres procesos electorales (2002, 2005 y 2006). También ha publicado numerosos artículos en libros, revistas, periódicos y sitios web nacionales e internacionales.

I. Introducción

Los estudios de comunicación corporativa han demostrado que la situación comunicacional de una organización, que podemos comparar con un *ambiente simbólico* en el que ésta se mueve, influye significativamente en su comportamiento y su desarrollo (Van Riel, 1997). Una empresa, una repartición pública o un proyecto con credibilidad y simpatía tienen mejores posibilidades de interactuar exitosamente con sus públicos y cumplir sus objetivos que los que no poseen estas ventajas. Si la organización es de tipo político y no se encuentra en el poder, su propósito es crear y modificar el entorno simbólico en el que se mueve por medios eminentemente comunicacionales. Esta homología abre espacio a la formulación de una estrategia política que tenga las mismas características que la estrategia comunicacional de una organización.

El presente artículo comienza diferenciando la comunicación política de la electoral, para señalar que la primera es más amplia que la segunda, como se prueba en determinadas situaciones políticas, por ejemplo cuando la democracia es deficiente.

A continuación se describen las actividades políticas en los términos de una estrategia comunicacional.

II. Determinación del tema

“Estrategia” es la serie de pasos (cada uno de los cuales se llama “táctica”) que permite lograr determinados objetivos, en una situación de intensa lucha. Es un concepto sacado del bagaje militar; la estrategia guía a las tropas en la guerra, de modo que todos los esfuerzos bélicos confluyan hacia la victoria (Camacho, 1887).

Aunque usemos esta metáfora, a nosotros nos interesa la política democrática, es decir, una forma muy particular de política que no es la continuación de la guerra por otros medios, pues no procura la eliminación del rival, sino su superación en una competencia estrictamente reglamentada (que por eso es mejor comparar con el deporte), que debe ser permanente para introducir en el sistema un dinamismo incesante (pluralismo, alternancia en el poder), y que constituye una forma de garantizar no la predominancia de los más fuertes, sino la cooperación social en pos de objetivos comunes (Dahl, 1989).

En condiciones democráticas, la política se divide en la que se hace fuera y la que se hace desde el poder. Solo nos interesa la primera, que no es coerción

sino pura hegemonía. Y si le quitamos el aspecto coercitivo, la política se confunde con la comunicación. Se trata de una competencia democrática, lo menos violenta posible, en todo caso no letal, en la que el juego es producir mensajes, difundirlos, persuadir y movilizar a los públicos en torno a ellos. Desde el punto de vista formal, una estrategia política es una estrategia comunicacional. “Punto de vista formal” significa en este caso con abstracción de los objetivos (en la política no se quiere vender sino convocar), y de los contenidos (la política comunica principios, valores y visiones sobre la polis, demanda de una acción con razón y compromiso, por tanto no inconsciente ni conformista, y lanza mensajes que ofrecen una gratificación de largo plazo, no inmediata).

III. Diferencia entre comunicación política y comunicación electoral

Decir que la política democrática fuera del poder “es comunicación” no debe llevar a la frecuente reducción de la política (su estrategia, su comunicación) a la política electoral (la estrategia electoral, la comunicación electoral). En los países que viven en democracia hace mucho se circunscribe la política a la ingeniería electoral. Los presidentes de Estados Unidos, por ejemplo, gobiernan como si estuvieran en campaña, de acuerdo a los sondeos de opinión y traduciendo su gestión en una serie de actos de marketing político (encuentros con soldados, promulgación pública de leyes, viajes, etc.) Pero la ingeniería electoral no funciona cuando los procedimientos democráticos entran en cuarentena, como en Bolivia en la actualidad, o cuando se producen crisis en el poder, como ocurre en los países industrializados en un contexto de una recesión mundial. Esto prueba –por si fuera necesario hacerlo–, que la política es más amplia e importante que la ingeniería electoral. Ergo, la estrategia política subsume la estrategia electoral.

La necesidad de la ingeniería electoral surge de la complejidad de la sociedad. En una elección vecinal probablemente es suficiente un cartel que anuncie a los electores los nombres de los candidatos (ese cartel ya es, sin embargo, un embrión que ha de desarrollarse junto con el crecimiento de la elección misma). Hoy día, comicios a los que asisten millones y decenas de millones de personas requieren de la televisión y de lo que ella implica. Las particularidades de este medio influyen sobre el acto electoral y, en general, sobre la política.

La televisión tiene tres principales efectos:

- a) Personaliza la política, al convertir al mensajero en algo tanto o más importante que el mensaje;

- b) por tanto, disminuye la influencia de una cierta clase de mediadores, los políticos profesionales, volviendo menos previsibles las elecciones y convirtiendo a los partidos en “clubes electorales”; al mismo tiempo, pone sobre la palestra a otra clase de intérpretes, de índole mediática: los politólogos, los expertos en comunicación política, los periodistas, todos ellos especializados en darle un rostro a las ideas que se debaten en la sociedad, y en evaluar cómo éstas son encarnadas por los candidatos; y
- c) desacraliza la comunicación sobre lo público, bajándola de su situación de superioridad racionalista y mezclándola con las formas emotivas de la comunicación humana: la comedia, el entretenimiento, el chisme. De esa manera le resta dramatismo a la política, lo que puede ser positivo; aunque también haya una contrafaz: durante este proceso, la política pierde seriedad, responsabilidad y completitud.

Estos cambios, sin embargo, no están vigentes todo el tiempo. Son limitados por la pérdida de garantías democráticas y por las crisis económicas y sociales, cuando la gente sale a las calles, se produce una ola de protestas o el desempleo se dispara al punto de generar un grave malestar político.

Los adelantos de la ingeniería electoral han dado lugar a la evolución de las campañas electorales de lo que eran hasta lo que son en nuestros días. Los esposos Plasser (2002) reconocen tres diferentes estadios en esta evolución. Un estadio *premoderno*, “centrado en partidos y organizaciones”; uno *moderno*, “centrado en candidatos y orientado hacia la televisión”, y uno *posmoderno*, “orientado al mensaje y al marketing”.

Según los Plasser, las campañas que emplean técnicas y medios de las dos últimas etapas se producen prácticamente en todos los países democráticos del mundo. Son lo usual, en tanto que las campañas pre-modernas resultan cada vez más raras. La influencia de los consultores norteamericanos ha tenido mucho que ver en este hecho, pero solamente porque ellos, a causa de razones históricas que no tocaré aquí, tenían las respuestas que eran necesarias para resolver las dudas que crearon las nuevas realidades sociales y mediáticas.

De cualquier forma, lo cierto es que ha surgido y está en plena consolidación un conocimiento especializado, que forma parte de la comunicación y de la politología, útil para que el mensaje del candidato sea el mejor posible, y luego se distribuya eficientemente a

los electores. Este conocimiento no consiste en una fórmula para ganar, pues tal cosa no existe, sino en un conjunto de procedimientos para no perder de la misma forma en que otras elecciones fueron perdidas.

La ingeniería electoral no es un saber constituido según el paradigma de Galileo, que se despreocupa de los casos individuales y se concentra en las leyes capaces de explicar todos los sucesos de un mismo tipo, sino un saber análogo al de la medicina, disciplina para la cual cada caso individual es insoslayable, puesto que *es el enfermo*. Y cada enfermo resulta una expresión inédita e imprevisible de enfermedades ya conocidas o por descubrir; lo mismo que cada elección. Por tanto, el médico debe apelar sistemáticamente a hipótesis, es decir, a juicios cuya comprobación aún está pendiente, a fin de poder llegar, partiendo de los síntomas, a la causa que los explica: al diagnóstico. El médico no puede deducir este diagnóstico de una ley general, sin tomar en cuenta los síntomas específicos del paciente; y ni siquiera habiendo estudiado a miles de pacientes con la misma dolencia puede inferir de ello una ley que clasifique automáticamente al siguiente enfermo como un nuevo caso. Igual que Sherlock Holmes,² este hombre depende de indicios, de pistas, y de su ingenio para formular hipótesis explicativas. Lo mismo que un estratega político.

De ahí la importancia de la experiencia, del roce del asesor o del médico con el saber que es particular a su profesión. El famoso ingeniero electoral Joseph Napolitan (1995, p. 28) dictamina la inexistencia de una “Ley del triunfo electoral”, señalando que “en una campaña nada está garantizado” y, a pesar de ello, subraya la necesidad de tener experiencia: “Cada campaña es diferente –dice; todas las campañas son lo mismo”.

Para el estratega político, los “síntomas” son los resultados que obtienen las encuestas, y aunque últimamente se ha desarrollado un gran avance en este campo, lo mismo que en el de los medios tecnológicos de diagnóstico médico, la clave todavía está en el talento de quien lee los datos e imagina una interpretación que los explique, de modo que con el tiempo todos aprendemos cuán falible puede ser la medicina... o la ingeniería electoral.

Pese a dicha falibilidad, que es aceptada sin problemas por los mejores profesionales de este campo, normalmente se tiende a sobreestimar el poderío de la ingeniería electoral, atribuyéndole virtudes y defectos que no sólo no

² La idea de los dos paradigmas del conocimiento ha sido tomada de Humberto Eco y Thomas A. Sebeok, 1986, en especial del ensayo de Carlo Ginzburg.

tiene, sino que no podría llegar a tener. Aquí quiero citar largamente al asesor político argentino Carlos Alberto Germano (2002, p.51), que al respecto dice lo siguiente:

“Existe actualmente una tendencia generalizada a sobrevalorar la eficacia de las técnicas de marketing y comunicación aplicadas a la política. La política –se dice– es hoy fundamentalmente comunicación. Las técnicas para posicionar a un candidato no difieren esencialmente de las que se utilizan para posicionar un producto; en ambos casos se trata de detectar las necesidades –reales o imaginarias– de un segmento particular de la población, y de proponerle un producto que satisfaga sus expectativas. La consecuencia de esa sobrevaloración es que los encuestadores y los asesores de imagen aparecen como los nuevos gurús de la política, como aquellos que tendrían en sus manos las claves para el éxito o la derrota electoral”.

Lo interesante de esta cita es que puede aplicarse a quienes sobreestiman la ingeniería electoral porque la consideran la llave que abre, por sí sola, la puerta del poder, y hablan en términos de “productos” y de “expectativas satisfechas” como lo más normal del mundo; y de igual forma también a quienes opinan que esa forma de hablar es una prueba de las habilidades perversas de la ingeniería electoral, a la que sin embargo también califican como clave de acceso al poder, pero al servicio de oscuros grupos de interés. En otras palabras, la sobreestimación puede provenir de los mayores amigos y de los peores enemigos de la ingeniería electoral.

Algunos expertos, generalmente los peores, venden la idea de que todos los problemas pueden ser resueltos con tal de que se realicen suficientes encuestas, bastantes anuncios de TV y el número justo de campañas negativas; es decir, con tal de que se cuente con los recursos necesarios. Si esto fuera cierto, tendríamos que la adquisición de la tecnología electoral sería capaz de sustituir el *contenido* de la campaña, entendiendo por “contenido” los fundamentos políticos de la acción comunicacional.

Lo mencionado anteriormente es el *qué* de la política: la estrategia política, el programa electoral, la credibilidad del partido, la idoneidad intelectual y ética de los candidatos.

La adquisición de la tecnología electoral sería, en tal caso, la fórmula infalible para ganar las elecciones, con lo que éstas siempre serían dominadas por los más ricos³.

³ Entre nosotros, esto fue abiertamente planteado por Guillermo Lora en 1985, para justificar la pobrísima actuación del Partido Obrero revolucionario (POR) en las elecciones generales de ese año.

Pero nosotros ya sabemos que no existen métodos mágicos para garantizar el voto de la ciudadanía. Como dice Germano (Ibídem):

“El marketing político proporciona herramientas adecuadas al contexto en el que se desenvuelve hoy la actividad política, y por lo tanto puede servir para potenciar un proyecto determinado. Pero nunca puede sustituir el liderazgo político ni construirlo desde la nada. Sirve apenas para resolver el cómo de la política en su aspecto de comunicación. Pero la definición de lo esencial, del qué de la política, es una responsabilidad intransferible de quienes hacen la política, es decir, de los dirigentes”.

La sobreestimación de la ingeniería electoral de la que estamos hablando, más allá de sus motivaciones interesadas, se confunde con el “cientifismo”, es decir, con la inclinación a aplicar el paradigma de las ciencias naturales, el modelo de Galileo, a todo el conocimiento humano, incluso en las áreas donde no es viable.

Este intento, que corresponde con el deseo muy moderno de controlar el mundo, se remonta a la Ilustración y se da hoy como parte del positivismo. El cientifismo y el positivismo, sin embargo, no logran lo que desean, al plantear dogmáticamente la autoridad de la ciencia, porque la ciencia sólo puede avanzar cuando se libera del dogmatismo de la autoridad y cuando se subordina, no ante un método a priori, sino ante el “rendimiento” de éste o aquel procedimiento en cuanto a su correspondencia con la realidad.

Por otra parte, es bastante evidente que, como muestra nuestro ejemplo de la medicina, en la sociedad se dan situaciones y procesos que no es posible investigar con el método de la física, es decir, con aquel que sintetizara, entre otros, Galileo.

Una expresión típica del cientifismo es el culto a las encuestas, que así dejan de ser instrumentos para recolectar pistas, para leer los “síntomas” sociales, y se convierten en la quinta esencia de la realidad. Sin embargo, existen muchos estudios que ponen en duda que los sondeos tengan semejante penetración, pese a los avances técnicos de los últimos años. Mientras más complejo es el problema sobre el que se debe opinar, y menos conocimiento tienen los públicos de él, más posibilidades hay de que las respuestas a las encuestas terminen siendo incongruentes y contradictorias.

Por eso, quienes esgrimen los datos estadísticos como verdades incontrovertibles, y todavía peor, los usan para imponer sus propias interpretaciones de lo que sucede, caen en el dogmatismo que estamos señalando. Esta posición es todavía más cuestionable si en lugar de encuestas

se trata de “grupos focales”, cuya utilidad en la investigación de las opiniones es extremadamente limitada⁴.

Otra forma de culto a las encuestas es la negativa a apartarse de ellas para proponer salidas que vayan más allá de lo detectado en la realidad, acudiendo entonces a la ideología, a la intuición, a la creatividad, al *oficio político*. Los positivistas consideran todo esto anticientífico y lo descartan para en cambio seguir estrechamente a la gente, para no salir de lo que la gente ya piensa, andando de esta manera en círculos. Germano afirma (Ibídem):

“No es posible definir la política en base a las encuestas. El rol del dirigente político va más allá de repetir aquello que la gente ya opina. Lo propio de la política es trabajar para construir el futuro de una sociedad a partir de un proyecto, de una idea. Por esto es político, pero sobre todo el gobernante, muchas veces tiene que colocarse un paso más delante de su sociedad para proponer temas o perspectivas que quizá en ese momento no cuentan con el aval mayoritario. La apuesta del dirigente no es tan sólo acertar con lo que la sociedad ya piensa, sino también proponer alternativas y soluciones, confiando en que el valor de su propuesta podrá volcar la opinión en su favor”.

Un subproducto de esta negligencia, de esta falta al *deber político*, es la conducta varias veces observada en los partidos que consiste en dedicar una parte muy valiosa del tiempo de campaña, no a proponer ni a difundir sus proyectos, como correspondería, sino a debatir y a especular sobre las encuestas. Esto implica otra vez limitarse a lo que ya existe, en lugar de asumir la responsabilidad de transformarlo.

La concepción “positiva” y sobrevalorada de la ingeniería electoral es simétrica a otra que también exagera su capacidad de alterar las circunstancias políticas, pero considerando que tal cosa es un defecto, no una virtud. Esta posición condena la ingeniería electoral por considerarla culpable de una manipulación de enormes proporciones, totalitaria. Chomsky (2004) señala que “la propaganda es a la democracia lo que la cachiporra (es decir, el terror) a los regímenes totalitarios”.

Resulta entonces que tanto los defensores a ultranza, como los adversarios de la ingeniería electoral, comparten una misma concepción sobre la comunicación social, una visión que suele llamarse “hipodérmica” y que admite la posibilidad de “inyectar” ideas en la conciencia de los públicos receptores, si se recurre a los mecanismos adecuados.

Los primeros, a los que podríamos llamar los “integrados” de la ingeniería electoral, para usar el vocablo que Umberto Eco volvió famoso, sostienen esta posición con cierto cinismo. “Dadnos una elección –dicen– y les devolveremos un triunfo”. En cambio los segundos, los apocalípticos de la tecnología electoral, ofrecen la teoría “hipodérmica” de manipulación mediática como una prueba de sus alegatos en contra de la democracia representativa, a la que atacan convergentemente desde la derecha, por su dependencia del inculto ánimo popular, como hace Giovanni Sartori (1998), o desde la izquierda, por admitir el predominio de las élites de poder, como denuncia Chomsky.

El tránsito de las campañas premodernas, o de partidos e ideologías, a las campañas modernas, o de candidatos y mensajes, ha generado un conjunto de grupos perdedores, en particular los viejos políticos ligados a los aparatos partidistas, y los intelectuales más ideológicos o poco familiarizados con la comunicación y los medios.

Estos grupos principalmente, aunque no sólo ellos, han criticado la ingeniería electoral, afirmando que constituye un retroceso político respecto a los métodos políticos anteriores a ella. Estos críticos consideran que dicha inferioridad no sólo es ética, sino también propiamente política. La ingeniería electoral sería una vía menos adecuada que la práctica política tradicional para obtener (y en especial para asegurar) el poder democrático, específicamente en países subdesarrollados como Bolivia, donde los problemas sociales son muy complicados y la población está más politizada.

Consultores políticos como el ya mencionado Napolitan han tenido que bregar en contra de la resistencia de los sectores partidistas más “duros” y de los “compañeros de ruta”, que han chocado incluso en contra del uso mesurado y realista (sin ilusiones científicas) de las técnicas electorales, calificándolo como “cretinismo encuestario” o activismo mediático sin norte.

Esta posición, que esencialmente es reaccionaria, no debe confundirse con la crítica a la concepción dogmática de la ingeniería electoral, crítica que es imprescindible realizar, pero no para descartar los avances en este campo, con todo lo utópico que sería esto, sino para ubicar estos avances en su verdadero lugar, es decir, para reducirlos a su verdadera dimensión.

El tiempo no retrocede. Las condiciones sociales y mediáticas de las sociedades democráticas, incluso de las más atrasadas, no dejan lugar a opciones. Las batallas políticas de hoy requieren de un conocimiento, de unas prácticas y de unos instrumentos que no se pueden obviar y que, por otra parte, están a disposición de quienes los requieran.

Al mismo tiempo, la historia no es predecible y los logros de las sociedades, como por ejemplo la democracia, pueden perderse, creando condiciones en las que la tecnología ya no pueda usarse o sirva poco, mientras que las viejas formas de la política recuperan su vitalidad y poder.

Igual que otras tecnologías, la electoral está ahí para que la usemos. Al hacerlo la transformamos, ajustándola a nuestras necesidades y corrigiendo sus excesos y errores. A la vez, ella nos transforma a nosotros, creando nuevas habilidades, pero también nuevos problemas y peligros. El peor de ellos es, igual que en otros casos, creer que la técnica es un fin en sí mismo, un bien al que debemos propender, en lugar de ser un medio para alcanzar fines humanos.

IV. Elementos de la estrategia político-comunicacional

Es suficiente que una organización política exista y actúe para que, además de una organización política, sea también un mensaje o, mejor, un complejo de mensajes circulando en las múltiples redes comunicacionales del mercado y de la vida social. Además de los mensajes explícitos, los productos (libros, actividades), los servicios que se ofrecen y entregan (cursos, viajes, entretenimiento), las actividades de los líderes, el estilo de trabajo de los funcionarios, el aspecto de los uniformes, las pancartas o los materiales de trabajo, todo esto comunica (Eco, 1973).

Una organización política interactúa todo el tiempo con su entorno, es decir, está implantando en un “campo político” (según la expresión de Bourdieu que es tan célebre), e intercomunica con un nutrido conjunto de *públicos*, u “otros”. Y estos “otros” asociarán estas percepciones a imágenes, ideas y hasta narraciones completas que den cuenta de la organización política, la ubiquen en determinado contexto, expliquen sus actuaciones. Así es como se forma un conocimiento, cierto o falaz, de la organización, conocimiento que orienta a sus públicos al interactuar con ella, en momentos tales como la elección de una candidatura, o la participación en programas de transformación de la realidad.

La situación de una organización, por tanto, no debe entenderse únicamente como las percepciones, conceptos y hasta teorías que se generan en la gente respecto a lo que la organización es, sino también como el conocimiento de lo que puede dar o recibir, y sobre todo de lo que es posible hacer con y junto a ella. Ese complejo de mensajes que es toda organización circula en el mercado simbólico como un conjunto de valores de cambio (tal organización respecto de las otras) y un conjunto de valores de uso (tal organización respecto de las necesidades propias del público).

De ahí la importancia de tener una estrategia que organice el flujo de las emisiones voluntarias e involuntarias de una organización política. Los elementos de esta estrategia son los siguientes:

La existencia de una situación político comunicacional de la que se parte, implica la posibilidad de una situación político comunicacional a la que se llega. En otras palabras, el *ser* nos permite imaginar el *deber ser*.

Los primeros componentes de una estrategia, por tanto, son: un diagnóstico de la *situación de partida*, que debe elaborarse de acuerdo a los públicos que conocen a la organización; y, paralelamente, el diseño de una *situación política meta*, es decir, la determinación de cuál sería el mejor “estado”, factible de lograr, para el cumplimiento de los objetivos de la organización. Donde una de las aspiraciones básicas es integrar los diversos mensajes que emite la organización, tanto si son voluntarios como involuntarios, y convertirlos en un solo discurso coherente. Ésta es la lección que aprendemos de la comunicación estratégica (Van Riel, 1996).

Entre las situaciones comunicacionales de partida (el presente problemático) y de llegada (el futuro ideal), se tienden varias rutas o *líneas estratégicas*. Son cursos de acción en los que está implícita una preceptiva sobre la modalidad, sobre el estilo de la actuación. Esto debe ser así porque los medios tienen que adecuarse cuidadosamente a los fines. (Los medios se justifican por los fines, pero también los fines se justifican por los medios). Hacer algo no basta, hay que hacerlo de cierta manera, de una forma que conduzca al punto deseado y no a otro lugar. Tal es el arte de la estrategia. Y es difícil de cultivar, porque los públicos son activos, seleccionan y leen los mensajes desde diversos puntos de vista, generan “situaciones comunicacionales” de muchas maneras. Se busca acertar en un blanco móvil. Por eso la estrategia es un arte y no un método. No basta que los medios estén encadenados a los fines. Hay que asegurarse de que sean parte orgánica de tales fines, que estén investidos de su mismo espíritu. Con lo cual queda descartada toda posibilidad de elegir los medios de forma inescrupulosa, descuidada o arbitraria. Por ejemplo, si uno quiere incrementar el reconocimiento público de una organización no puede simplemente poner a su vocero a hablar sin parar en un programa de televisión. A la larga semejante medio se rebelará en contra del fin buscado.

Por eso la intervención del vocero debería tener un sentido cuidadosamente pensado, que más que conducir hacia el fin, lo realice o al menos comience a realizarlo. En nuestro ejemplo, el incremento del reconocimiento de la organización se logra directamente en la intervención televisiva, no se espera como una consecuencia ulterior. Se busca que la gente que vea el programa

quede impresionada y motivada por lo que se dice y por cómo se dice. Así que hay que pensar muy cuidadosamente en esto.

En una estrategia, la detallada descripción de los medios reviste tanta importancia como la definición de los objetivos.

Las líneas estratégicas son varias porque generalmente una situación política es compleja, es decir, comprende diferentes áreas de acción. Pero todas las líneas estratégicas apuntan y también deberían conducir a un mismo “lugar”, sorteando las dificultades que ya existen o que otros actores pueden interponer como respuesta a la acción estratégica misma.

Como el fin último de la estrategia es cambiar una determinada situación, esto es, el “estado” de la organización entre sus públicos, resulta lógico que uno de los medios elegidos sea la entrega de información persuasiva a esos públicos. Pero enviar información convincente a los públicos sólo es comenzar el trabajo. La mayor parte de las veces los públicos no pueden reconocer a la organización emisora, que se halla fuera de su umbral cognitivo, o no están atentos y pierden los mensajes.

En muchos casos carecen del tiempo, la motivación y las habilidades necesarias para traducir la información recibida a su propio bagaje intelectual y a su propio catálogo lingüístico (los cuales son, en el fondo, una misma cosa).

Por eso las líneas estratégicas deben ocuparse de imaginar motivos y ocasiones para establecer contacto entre el discurso de la organización y sus públicos, y deben crear “círculos de comunicación-acción” en los que los públicos puedan entrar y participar. En ese caso las acciones ya no se agotan en la difusión de un determinado discurso, sino que aspiran a la creación de una suerte de *ambiente virtual*, en el cual, igual que en los ambientes físicos, reinan “una temperatura y un nivel de humedad” parecidos, es decir, aparecen sentimientos, opiniones e incluso conceptos coherentes respecto a los temas que se tienen en común. En otras palabras, se trata de convertir los públicos “en sí” en públicos “para la organización”, conscientemente conectados con ella. Compartirán de este modo una misma “cultura” (aunque el significado de esta palabra sea demasiado fuerte para aquello de lo que en verdad se trata, lograr una tendencia a situarse en una posición semejante a la de los demás miembros de los públicos, lograr una colectivización parcial de las actitudes). El núcleo de dicha “cultura” concentra densamente los valores de cambio (A es mejor que B) proyectados por la organización, mientras que en la periferia de esta “cultura” flotan los valores de uso (A me es útil de tal modo; B, de tal otro). Por tanto, el núcleo de la cultura se

asienta dentro de la organización, mientras que la periferia puede abarcar inclusive a los públicos más externos.

Entonces, el verdadero propósito de una verdadera estrategia política no es otro que crear una nueva situación (que en gran parte es comunicacional) para la organización, es decir, un ambiente en el que se den condiciones estables de percepción e interpretación de los mensajes de la organización, intercambios simbólicos coherentes, y prácticas unitarias, y en el cual la organización pueda crecer con éxito, desplazarse hacia donde quiera ir y cooptar adherentes cuando necesite hacerlo.

Pero esto implica que la estrategia tiene que ser realista, es decir, que no debe proponerse una situación comunicacional meta tal como volver parte de la “cultura” de la organización al “público en general”, que en sentido lato equivale a toda la población. En realidad, ninguna organización, ni siquiera un gobierno, requiere cambiar su situación comunicacional respecto de un público tan general.

Una estrategia política tiene siempre un sujeto: la organización. Este sujeto se desdobra en dos: la dirección o sujeto primario (la percepción de los problemas y la voluntad de hacer de la cúpula ejecutiva de una organización es clave), y la militancia o sujeto secundario (que también es uno de los públicos de la dirección). Una estrategia no admite más sujetos —o factores activos— sin riesgo de intrincarse y perder su clara y hasta aguda intencionalidad, la cual es un rasgo propio de toda estrategia. Una estrategia sin intencionalidad práctica, sin un profundo deseo de jugar el juego de la mejor manera posible y ganarlo, se convierte en un libro más en un estante de la biblioteca de la organización, pura retórica. Estrategias así proporcionan una teoría sobre el ajedrez, cuando lo que se requiere son anotaciones para ganar la partida.

Es imposible armonizar —en el grado requerido por una estrategia— los objetivos comunicacionales de organizaciones diferentes que no poseen un interés común, porque la comunicación está estrechamente relacionada con el acrecentamiento o la disminución de la libertad (o, si se quiere, del “poder”). Un ambiente político-comunicacional es un “campo de fuerzas” con dirección única. Y el imán que atrae hacia sí a estas fuerzas no es otro que el beneficio del sujeto-emisor. Por tanto, la libertad de éste se incrementa al mismo tiempo que disminuye la libertad para actuar en una dirección diferente de las otras fuerzas involucradas. Por supuesto, una dirección inexorable de las fuerzas de un campo es imposible. Hay otros sujetos en el juego, como las organizaciones competidoras y rivales; pero sobre todo lo impide la libertad de los

individuos. Las organizaciones democráticas aspiran a una dirección más relativa y flexible de las fuerzas. Las organizaciones no democráticas actúan con “centralismo democrático”, es decir, condicionan todas las actuaciones públicas de los militantes a la aprobación previa del colectivo que en última instancia es la dirección.

Aun así, la estrategia queda en riesgo si fomentamos la existencia de un ambiente con varios imanes, cada uno creando sus propios campos, algunos de los cuales pueden ser repulsivos entre sí. Es indudable que deseamos crear el ambiente comunicacional por grado y no por fuerza, y que consideramos que la orientación de las fuerzas del campo en determinada dirección no sólo será beneficiosa para la organización, sino también para las propias fuerzas que así se orienten. Pero debemos asegurarnos de que la organización esté dispuesta a liderar el campo, a ser su gran imán.

a. Situación de partida

a.1. Apriorismo

Aunque la investigación de campo nos proporcionará información respecto a las preguntas que tengamos sobre los públicos, básicas para establecer la situación de partida, está sujeta a las proposiciones *a priori* que elabora el investigador-estratega al aproximarse a su objeto de estudio, antes de realizar el trabajo de campo. Estas proposiciones *a priori* consisten generalmente en hipótesis sobre: i) la clasificación de los públicos, ii) las percepciones de estos públicos sobre la organización, y iii) cuáles deberían ser los objetivos político-comunicacionales. En la práctica nadie opera de manera inductiva, es decir, nadie pone su mente en blanco antes de interrogar los hechos ni elabora hipótesis únicamente a partir de esos hechos. En realidad, la principal función del trabajo de campo es confirmar o refutar las hipótesis que formula el investigador-estratega.

Las proposiciones *a priori* provienen de destrezas tales como la familiaridad con el objeto de estudio, la experiencia y la intuición del investigador-estratega, y su conocimiento de los objetivos no-comunicacionales y comunicacionales de la organización.

a.2. Definición y clasificación de públicos

Una definición adecuada de los públicos concernidos es probablemente el trabajo más delicado y más difícil de hacer

durante la elaboración del diagnóstico de la situación de partida de una organización.

Algunas de las preguntas que parecen claves para el diagnóstico son las siguientes:

- ¿Cuáles son los públicos de la estrategia?
- ¿Es verdad que los públicos son como se cree?
- ¿Qué necesitan los públicos? ¿Es “difusión de mensajes”, como se cree a menudo, o la creación de espacios de encuentro e intercambio de experiencias?
- Si algunos públicos requieren capacitación, ¿qué clase de capacitación es ésta? ¿Qué experiencias anteriores de capacitación existen y cuáles han sido sus resultados? ¿Qué tipo de conocimientos y habilidades pueden adquirir los receptores de la capacitación? ¿Les interesa a ellos adquirir esos conocimientos y habilidades?

Habrá que tomar en cuenta estas y otras preguntas similares al redactar los cuestionarios y guías de la investigación de campo que se haya decidido (y que puede variar de metodología; no necesariamente usar la encuesta), para darle a la estrategia una base de datos.

¿Por qué los públicos deben ser clasificados y divididos en prioritarios y secundarios? Aun si fuera posible asumir los elevados costos que demandaría llegar a todos los públicos con la misma intensidad y el mismo efecto, tal logro constituiría un desperdicio de energía, porque las organizaciones requieren reputaciones adecuadas a su naturaleza, tamaño y propósitos, y no una fama de alcance universal. Al contrario, la celebridad innecesaria de la organización puede convertirse en una desventaja, como ocurre actualmente con algunas transnacionales.

Para la definición de públicos, suponemos que la existencia de una “distancia cultural y psicológica” entre los contenidos discursivos parcialmente abstractos que se emiten (mensajes prescriptivos y axiológicos) y los segmentos socioeconómicos bajos de la población, los jóvenes y las mujeres, constituye un hecho sociológico verdadero. Aun en los países desarrollados los pobres, los jóvenes y las mujeres tienen menos “capacidades políticas” y, por tanto, menos necesidades y hábitos de uso de los contenidos de la difusión. Por tanto, es más exacto proponerse trabajar con:

a) las elites (que actúan como públicos de la organización a través de los medios de comunicación); y b) los miembros de la población realmente motivados para participar (por razones altruistas o interesadas) en las discusiones y las prácticas políticas.

a.3. El discurso-línea

El principio de entropía en la comunicación explica que, a mayor complejidad y complicación de los datos transmitidos, la información efectivamente entregada es proporcionalmente menor (hay más “ruido”).

Esto quiere decir que la abundancia y densidad de algunos temas políticos son desventajas que forman parte de la situación *de partida* de una organización política. Cuando el texto (o contenido discursivo) y el contexto son complejos/complicados tienden a complejizar y complicar la *difusión*, y con mucho mayor motivo la *comunicación* de una organización.

El ruido comunicacional impide que los públicos prioritarios conviertan los datos recibidos en información, es decir, que capten clara y distintamente una coherente serie de mensajes (o discurso), capaz de permitirles una toma una posición y/o una acción.

A veces el ruido comunicacional no se debe a la falta de fuentes de emisión y actividades de difusión y capacitación, sino, por el contrario, a su abundancia.

El ruido comunicacional no se debe a la no completitud y superficialidad de los contenidos técnicos transmitidos a los públicos, sino, por el contrario, a su completitud y profundidad. (Por el principio de entropía en la comunicación).

En suma, el ruido comunicacional se crea por la falta de un “discurso-línea” que sirva de referencia a todos los voceros de las fuentes de emisión de contenidos de la organización.

El “discurso-línea” debe ser coherente, para evitar la complejidad; y debe ser simple y comprensivo, para evitar la complicación. (Por el principio de entropía en la comunicación). El “discurso-línea” no es un instrumento técnico del área de la gestión pública, sino un instrumento técnico del área de la comunicación política. No debe emerger de una imposición poco sostenible, sino del consenso de todas las fuentes de emisión existentes. Por tanto, un prerequisite de cualquier estrategia es armonizar a las distintas fuentes de definición de línea y de emisión discursiva.

La necesidad de coordinar la acción y la comunicación lleva a la inmensa tarea de educar a los cuadros, propagandistas y difusores. Para ello en general se considera no recomendable depender de terceros que no se hallen familiarizados con la organización política y no tienen autoridad en ella, pese a su prestigio social. Hay que considerar mucho más útil la selección de voceros pertenecientes a las fuentes de emisión que trabajan en el área, que deberían ser capacitados en el contenido y el manejo del “discurso-línea” que se elabore.

Este segundo tipo de capacitación permitiría unificar la emisión de contenidos discursivos, evitar la transmisión de datos dispersos o irreductibles a información, establecer condiciones para la acción conjunta de las fuentes emisoras, e incluso alcanzar con más y mejor difusión a los públicos no emisores de contenidos político-comunicacionales.

b. Situación de llegada

b.1. Objetivos

La definición de los públicos debe hacerse simultáneamente a la formulación de objetivos comunicacionales; ambas actividades encabeza el proceso de elaboración de una estrategia de comunicación y, por tanto, son *a priori*, es decir, no dependen de la investigación de campo.

Por eso más vale no plantear estos objetivos como conclusiones, como suele hacerse, sino como hipótesis. Los objetivos no son el resultado de lo que se *hará*, sino una suposición de los que se *puede hacer*. Normalmente son alterados por los cambios que se producen en la realidad y en la propia estrategia a lo largo del tiempo. En cierto sentido se puede decir que la ejecución de la estrategia prueba y al mismo tiempo ajusta la hipótesis inherente a los objetivos.

Para formular esa hipótesis correctamente, lo mejor es imaginar la descripción de una situación comunicacional *meta o ideal*.

b.2. Situación meta típica

Anotemos nuestra hipótesis sobre una “situación meta” típica a la que debería propender la estrategia político comunicacional:

La organización lidera el “ambiente” o ámbito de influencia fijado por la estrategia, organizando los intercambios simbólicos con

referencia a un solo “discurso-línea”, elaborado con el consenso de las fuentes de emisión de contenidos discursivos del sector.

Los voceros de la organización actúan en referencia al discurso-línea que tutela y monitorea la dirección.

La coherencia y simplicidad de los mensajes que circulan en el ambiente dependiente de la organización permite un incremento sustancial de la información efectivamente incorporada por los públicos a sus vidas.

Una mayor y más clara información se traduce en una mayor predisposición de los públicos a una acción conjunta, orientada al cumplimiento de los objetivos de la organización, ya sean estos electorales o no electorales.

Se ha construido círculos de comunicación en los que los públicos participan.

Se ha dado sostenibilidad a la comunicación de la organización mediante la creación de un gabinete de comunicación dotado de la teoría y la tecnología comunicacional más avanzadas. Este supervisa, nutre y estimula la vida del ambiente comunicacional.

c. Líneas estratégicas

Las líneas estratégicas son rutas para aproximarse a la situación comunicacional meta. Consisten en una secuencia de actividades, en cada una de las cuales se reproduce el esquema general de la estrategia, es decir, se parte de una situación y se trata de llegar a otra situación mejor o *deseada*. Cada actividad apela a diversos métodos de aproximación al público-objetivo y productos (objetos portadores de mensajes).

c.1. El papel del difusionismo

Uno de los problemas que enfrentan los estrategas de la comunicación es que la impresión que las organizaciones tienen de su propia situación comunicacional predetermina los puntos de partida del trabajo que se les encomienda. Generalmente la organización parte de que necesita recolectar información sobre conocimientos, actitudes, sentimientos, prácticas y expectativas de los actores con los que actúa; sugerir mecanismos de difusión; capacitar replicadores de la difusión. En general, las “estrategias implícitas” de la organización se orientan claramente a mejorar la difusión.

Las estrategias implícitas desempeñan un importante papel en la comunicación de la organización política. Esta identifica una situación problemática, la carencia de difusión, y le da una respuesta: más difusión. Esta línea estratégica puede llevarse a cabo mediante diversas actividades: creación y distribución de materiales de divulgación, y elección y capacitación de un grupo de difusores. Sin embargo, hay que preguntarse si éstas son realmente las necesidades y las líneas del trabajo comunicacional.

En parte sí, sin duda.

En primer lugar porque la percepción de los problemas y la voluntad de hacer de la cúpula ejecutiva de una organización siempre es importante. La dirección es el sujeto primario de una estrategia de comunicación.

El personal de la organización es el sujeto secundario de la estrategia, y actúa también como uno de los públicos de la dirección.

En segundo lugar, porque rara vez resulta superfluo el difundir más información, ya que un ambiente simbólico sólo puede ser común en la medida en que todos se nutran de un flujo de contenidos permanente y confiable. Por tanto, no tiene caso negar que la difusión constituye una importante línea estratégica en todos los casos.

La estrategia de comunicación de mediano plazo de una organización política no puede limitarse a la difusión. Incluso es posible que la difusión termine siendo una línea estratégica menos importante que otras. Es necesario aplicar un amplio espíritu de búsqueda.

Algunas de las preguntas claves para ello, y que por tanto hay que introducir, son las siguientes:

- ¿Es verdad que los públicos no reciben datos relativos a la organización o en cambio sí reciben datos pero dispersos, complicados, incomprensibles o contradictorios entre sí?
- ¿Cuáles son los públicos de la estrategia? ¿Son los “actores de siempre” ya identificados por la organización? ¿O es mejor una nueva clasificación *a priori*?
- ¿Qué necesitan los públicos? ¿Es realmente difusión? ¿O quizá no eso, sino la creación de espacios de encuentro e intercambio de experiencias?
- Si algunos públicos requieren capacitación, ¿qué clase de capacitación es ésta? ¿Qué experiencias anteriores de

capacitación existen y cuáles han sido sus resultados? ¿Qué tipo de conocimientos y habilidades pueden adquirir los receptores de la capacitación? ¿Les interesa a ellos adquirir esos conocimientos y habilidades?

Inicialmente, como se sabe, la comunicación de masas fue considerada (Harold Lasswell) una tecnología igual que las otras, que permitía abreviar y hacer más eficiente la labor de las instituciones económicas, sociales y políticas. La Mass Communication Reserch apareció (1927) y se desarrolló como resultado del éxito de la propaganda en la primera y segunda guerras mundiales. Se suponía que era posible aplicar este instrumento, esta “máquina”, igualmente, a las labores empresariales y sociales.

Aunque en los años cincuenta Paul Lazarsfeld desmintió la teoría de Lasswell sobre los efectos directos de la comunicación de masas en las audiencias y descubrió que la influencia de los mensajes era contrarrestada por la acción de los grupos primarios (familias, líderes, etc.) —una línea de investigación que continúa hasta hoy—, Daniel Lerner y Everett Rogers fundaron la comunicación para el desarrollo sobre bases “difusionistas”, esto es, poniendo el énfasis en el alcance, la coherencia, la utilidad del mensaje, antes que en la participación de las audiencias en su decodificación (Armand y Michèle Mattelart, 1995)

Hoy estas teorías han quedado anticuadas en parte. Durante los años 80 y 90 la comunicación puso mucha atención al estudio de los consumidores y receptores. Este interés tiene dos vertientes: una estructural-funcionalista, que se preocupa por los *usos y gratificaciones* que permiten los medios de comunicación, es decir, por cómo las audiencias emplean a los medios, y otra “crítica” (es decir, influida por el marxismo), que habla de las “tácticas” de los receptores para resistir y hacer frente al despliegue del poder mediático (Michel de Certeau).

Por obra de cualquiera de estas dos escuelas, el difusionismo mondo y lirondo se considera ampliamente superado. Y este conocimiento debe ser incorporado a la estrategia política.

c.2. Los círculos de comunicación

Los círculos de comunicación son espacios para “ver y oír” a los públicos de manera que éstos no sólo reciban, sino también

proporcionen información al sujeto de la estrategia y a otros públicos que la necesitan. Se trata de un elemento fundamental para la creación de un “ambiente comunicacional” que rompa la distancia y la frialdad de el modelo “hipodérmico” o de “balde vacío y balde lleno” que suele inspirar la difusión.⁵

Ahora bien, no es fácil determinar en qué deben consistir exactamente los círculos. Una buena idea al respecto puede ser suficiente para validar una estrategia entera. En todo caso, habrá que usar las sugerencias de los expertos en el área y aquellas que surjan del trabajo de campo.

c.3. Campañas masivas e informativas

El diagnóstico de la situación comunicacional presenta varios puntos de alerta que deben ser apagados por la comunicación. Sin embargo, no todos son de igual magnitud ni están prendidos en los mismos lugares, por lo que demandan diferentes tipos de trabajo. Algunos problemas se concentran en los públicos altos y en los líderes de opinión, o a veces en algunos sectores específicos. Otros son de carácter más general y están dispersos en diferentes estamentos del público. Por otra parte, hay problemas que requieren una labor comunicacional continua y otros que pueden ser vencidos con un shock informativo inmediato.

Se debe dividir las campañas⁶ de comunicación en “informativas” y “masivas”. Las primeras tienen un destino más restringido, un carácter más permanente y una connotación racional. Las segundas, objetivos más amplios y apuntarán a interpelar los estratos emocionales del público.

V. Relación entre portavoces y prensa

Muy a menudo, el portavoz de una organización política no es un especialista en comunicación. Generalmente el portavoz *debe ser* —por razones de popularidad y de poder— el jefe del partido, miembro del comité ejecutivo, etc.

Pero incluso si se tratara de un comunicador, ¿estaría preparado para hablar públicamente en representación del organismo que lo ha nominado? Un

⁵ Estos modelos describen la comunicación como una mera transmisión de conocimientos de A a B, o de B a A.

⁶ Entenderemos “campaña” como una secuencia de actividades comunicacionales orientadas a lograr un mismo propósito.

portavoz (o, como se dice en América, un “vocero”) nunca habla por sí mismo. Su nombre lo dice de suyo. Y ser el portador de la voz de otros implica responsabilidades y limitaciones que no está urgido a honrar, en cambio, el “analista” que declara a la prensa sobre lo que se le ocurre o, en el mejor de los casos, sobre aquello que él mismo ha delimitado como “su tema”. En cambio, los temas a los que debe referirse el portavoz son fijados por su organización, lo mismo que cómo tratarlos e incluso, en ocasiones, con qué palabras hacerlo. Tal cosa no reviste dificultad cuando existe un gabinete de comunicación que respalda el trabajo del vocero. En cambio, puede resultar difícil si el vocero es también el gabinete de comunicación.

Los portavoces pueden ser muy diversos; en realidad se definen en relación a los periodistas: los más capaces son los que mejor saben comunicarse *a través de ellos*. Obviamente, esto requiere conocer a los hombres de la prensa. En primer lugar, saber los nombres de los reporteros asignados al área política, y a qué medios representan. He ahí una primera tarea.

También hay que conocer los cuatro grandes factores que afectan el proceso profesional de producción de noticias. Estos factores son: a) La naturaleza del trabajo periodístico, b) la competencia entre los medios, c) el papel de los dueños de los medios, e) la psicología de los periodistas. Muchas veces estos factores se contradicen y oponen entre sí. La relación que guarda uno respecto de los otros marca el estilo de cada medio.

De lo que llevamos dicho se infiere una conclusión práctica: la obligación de diferenciar entre lo que los medios periodísticos hacen y piensan, y lo que hacen y piensan sus propietarios, o algunos de sus periodistas. Siempre es posible encontrar medios en los que el director y los editorialistas defienden una línea en las páginas de opinión, y los periodistas propugnan otra en los titulares y las noticias.

Sólo si no se comprende las relaciones de poder y los criterios técnico-mercantiles que entran en juego cada día en las salas de redacción, se puede llegar a creer que la amistad con los propietarios de un periódico o una televisora alcanza para lograr que determinadas declaraciones sean tratadas adecuadamente o para neutralizar las noticias negativas. Los dueños de medios no pueden actuar sistemáticamente en contra de las normas de su empresa o del criterio de los periodistas que trabajan para ellos.

Ciertamente podrán ayudar alguna vez, pero es muy difícil que lo hagan sistemáticamente, al menos si desean conservar su nombre y su peso en el negocio periodístico.

Tampoco es suficiente una buena relación con los periodistas responsables de la cobertura del área o con sus jefes, los encargados de los procesos de producción del periódico. Tal relación puede agriarse muy rápidamente si no es nutrida por la entrega de información confiable, o si se usa como palanca para llevar datos intrascendentes y aburridos a las primeras páginas. Y este lazo es todavía más frágil cuando está anudado con sobornos, obsequios y promesas de prebendas.

El portavoz debe relacionarse de manera integral --e íntegra-- con los medios, teniendo siempre en mente los distintos elementos de su funcionamiento, de los que conviene que tenga una idea:

a) La naturaleza del trabajo periodístico

El periodismo tiene algunas características normales e imprescindibles. Si se despojara de ellas, sufriría mucho más que una modificación cuantitativa: perdería su condición singular. Así que por lo general los medios periodísticos las respetan (o al menos *dicen respetarlas*, de modo que estar familiarizado con ellas resulta útil para entablar discusiones sobre su transgresión). Las principales son:

Veracidad. El periodismo provee mensajes que hacen referencia directa a los *hechos reales*, que los narran sin invenciones (o, si se quiere, que buscan la verdad). El inevitable juego de los *hechos narrados* (noticias) respecto de los *hechos reales* está restringido. Aunque consideremos a la veracidad solamente una convención entre productores y consumidores de noticias —es decir, que la prensa dice la verdad porque la gente supone que la dice—, igualmente esta convención establece un límite que no debe cruzarse.

Ciertamente, los medios periodísticos cruzan el límite algunas veces, y esto no siempre es notado por el público a causa de la “inercia del género”, esto es, la tendencia del público a considerar cualquier cosa que aparece en los periódicos y noticiarios, automáticamente, como verdades. Pero una violación más grave y permanente de las reglas conduce, a la larga, a la pérdida de credibilidad.

Actualidad. Al periodismo no le preocupa profundizar el bagaje de conocimientos de una sociedad —tarea asignada a los libros y a las universidades—, sino incrementar ese bagaje constantemente. De ahí el rechazo que siente la prensa por el lugar común y, simétricamente, su aprecio por lo insólito, puesto que lo insólito es original.

Para que sean periodísticos, los *hechos narrados* deben ser “actuales”, un adjetivo que puede entenderse en varios sentidos. Así, se trata de:

—Conocimientos que no se poseía en el pasado, contrarios a lo que llamamos “lugares comunes”, esto es: saberes originales.

—Conocimientos acerca de hechos antiguos, recientes o futuros, pero que han sido revelados en un tiempo pasado cercano. (Para explicar esto último primero hay que establecer lo siguiente: si un hecho es novedoso porque acaba de pasar o pasará próximamente, la gente no lo conoce aún y puede suponerse que desea hacerlo. Lo cual resulta obvio. Al mismo tiempo, también es posible que las audiencias desconozcan un hecho antiguo por el motivo de que éste no ha sido revelado aún).

Interés masivo. El periodismo trata hechos de interés para un número considerable de personas. Lo estrictamente individual no es un asunto periodístico.

Las escuelas de periodismo enseñan que el periodismo se ocupa de cuestiones trascendentes para muchos o que afectan a muchos. Pero el concepto de “interés” es el que realmente se emplea en el oficio. Ésta es una característica clave: explica el éxito o el fracaso de los medios y también la mayor parte de los defectos que se les critican. Los medios que identifican y explotan mejor lo que le interesa al público al que se dirigen son los que mayor éxito tienen. Eso sí, siempre se trata de un público específico y no de la entelequia llamada “público general”. Los medios periodísticos no necesariamente buscan audiencias indiferenciadas y numerosas. Muchos se abocan a determinados segmentos.

Puede decirse que, debido a la cuestión del *interés*, la prensa en conjunto tiende a considerar las malas noticias más interesantes que las buenas, y toda información abstracta, complicada o matizada como menos interesante o, lo que es lo mismo, menos “vendedora”.

En suma, la gran prensa no desempeña ni desempeñará el papel que le han asignado los teóricos de la comunicación para el desarrollo: promoción, educación. Si la gran prensa educa o moviliza lo hace siempre de manera indirecta e involuntaria.

Sin embargo, el promedio de los medios periodísticos (y ese promedio es justamente la “gran prensa”, la prensa destinada a públicos amplios y poco diferenciados) está impelido a vender la información que produce.

Se trata de un negocio. De ahí que los grandes medios periodísticos usen el “interés” como piedra de toque o prueba de sus noticias. Y de ahí que, aunque respetando las limitaciones impuestas por las características de su público particular, olviden en su práctica diaria de preceptos cívicos de cualquier índole.

b) La competencia entre los medios

Un segundo factor que influye en el comportamiento de la prensa es la constante y durísima competencia entre los medios periodísticos. Pocas empresas deben de estar tan presionadas a triunfar sobre sus competidores cada día. El tener o no una determinada noticia, el conseguir una exclusiva con algún personaje importante, el presentar todo el material con orden y creatividad, todo ello es evaluado cotidianamente por el público y por los sistemas de control de los propios medios.

La competencia entre medios es el mecanismo que impide que el manejo subjetivo de la realidad, que siempre es posible, se extreme al punto de la tergiversación o la manipulación.

Un medio puede tratar de cambiar la verdad en beneficio de determinado grupo de poder. Pero sus maniobras se hallarán limitadas por el comportamiento de los otros medios. Sólo un monopolio secante de la información podría impedir que la verdad que silencia o cambia determinado periódico o televisora no termine acusándolo a él mismo, con la consiguiente pérdida de credibilidad, que es una pérdida muy grave en el negocio periodístico.

Por otra parte, la competencia provoca que los medios procuren distribuirse lo que podríamos llamar “el interés total posible de una población”, y cada uno se especializa en una porción de este “interés total”, es decir, en atender a un determinado segmento de la población. Así, la materia prima de un medio no es necesariamente la de otro.

Los políticos conocen muy bien esta situación. Parte de su trabajo consiste precisamente en proporcionar cierta información a un medio y no a otro, a fin de establecer lazos con el privilegiado, y lograr en él espacios mayores y titulares más impactantes. Por otra parte, conocen al dedillo cuál es la tendencia de los dueños de cada medio, de forma que les es posible orientarse en medio de la jungla de informaciones y, además, lograr que una noticia que jamás se publicaría en un medio de no mediar circunstancias extraordinarias, luego de aparecer en otros, “rebote” de cualquier manera en el medio reticente, muy a pesar de sus dueños.

Sin embargo, los políticos, cuando llegan al poder, pierden buena parte de sus reflejos para relacionarse con la prensa. Es probable que el ejercicio del poder cree una ingente cantidad de intereses menudos que perjudican la coordinación. Es muy raro que un gobierno actúe conforme a una sola lógica (lo mismo que, como hemos visto, ocurre con la prensa).

c) El papel de los dueños de los medios

En el pasado, las ciencias de la comunicación se han equivocado al privilegiar el estudio de la propiedad y cómo ésta determina el funcionamiento de los medios, a causa del reduccionismo al que las obliga la necesidad de hacer inteligible (especialmente en un sentido marxista) su objeto de estudio.

Los dueños de los medios son sin duda muy importantes, pero en los hechos sus deseos son contrapesados y tamizados por las otras lógicas que también imperan en los medios periodísticos. El propietario de un medio que publica un embuste sabe muy bien que al hacerlo, o por lo menos al hacerlo sistemáticamente, pone en riesgo la perdurabilidad de su empresa, aleja de ella a los mejores periodistas, deja espacio a los competidores más independientes.

Por otra parte, la lógica de este grupo está compuesta por tres elementos: a) un ideal periodístico que es real en muchos casos, en especial cuando se trata de empresarios de larga tradición en el ramo; b) un sano afán comercial y de empresa (los socios de un medio por lo general pretenden que éste sea el mejor, a fin de que también sea el más rentable); c) una posición interesada respecto de la realidad según sea su filiación política o sus vinculaciones con determinados grupos empresariales. Como se ve, de estos tres elementos, sólo el último puede llegar a ser negativo y peligroso.

Tampoco hay que olvidar que el pensamiento de los propietarios se halla muy segmentado. Es errado hablar de éstos como si fueran un grupo homogéneo.

d) La psicología de los periodistas

Son innegables las influencias que sobre la veracidad de las noticias tienen el entorno socioeconómico, los intereses y la ubicación política de los medios. Pero son influencias que pueden contrarrestar la moral de los reporteros.

El respecto a la naturaleza del trabajo periodístico funciona como un límite perimetral. Los periodistas no pueden transgredir esta naturaleza so pena de dejar de ser tales. Sin embargo, dentro de este espacio de verifica una intensa dinámica y se presentan muchas opciones.

Por un lado, en medio de la premura y precariedad típicas de la elaboración de las noticias, no siempre se dispone de las condiciones, los recursos y los sistemas de control necesarios para que la noticia cumpla las regulaciones de la “objetividad”.

Por otro lado, los periodistas pueden tener dos diferentes actitudes frente a la realidad (las dos grandes actitudes epistemológicas): la *cognoscitiva* (conocer al mundo) y la *normativa* (cambiar al mundo, adherirse a una causa). Los que tienen esta segunda actitud niegan la posibilidad de la objetividad periodística. Los otros, más allá si creen o no en lograrla y ser objetivos (que es una cuestión de hecho, no de principio), buscan ese resultado, lo que determina fuertemente sus métodos de investigación, sus abordajes de los temas, su relación con los portavoces, etc.

COGNOSCITIVO	NORMATIVO
Más conservador. Más influyente. Menos preocupado de sus efectos políticos en la gente.	Más comprometido. Menos influyente. Más preocupado de sus efectos políticos en la gente.

VI. La redacción de la estrategia

La estrategia político-comunicacional debe formalizarse como un documento de trabajo de la organización. Este documento comenzará con un capítulo de exposición de los antecedentes comunicacionales y de la situación comunicacional de partida de la organización política (sobre la base del diagnóstico realizado). En este primer capítulo se procurará establecer las fortalezas, las oportunidades, las debilidades y las amenazas para la comunicación de la organización. Sin embargo, este FODA se elaborará desde una perspectiva histórica, dinámica, no enumerativa.

En esta primera sección, el énfasis deberá estar en la verificación o refutación, en el trabajo de campo, de las hipótesis sobre los públicos y sus percepciones. Aquí es donde el mapa de públicos adquiere relieve e inteligibilidad.

En el segundo capítulo se debe proponer la situación comunicacional meta que se debería alcanzar en el corto, el mediano y el largo plazo. La descripción de la situación meta se traducirá en una serie de objetivos generales y tres series de objetivos específicos (de corto, mediano y largo plazo).

En el tercer capítulo hay que hablar de aquello que es necesario hacer (las líneas estratégicas) para llegar, en los plazos establecidos, a la situación-meta descrita. Ésta, la siguiente y la quinta sección del documento tendrán el formato de un manual de instrucciones.

En el cuarto capítulo se hará una explicación del discurso-línea acordado por todos los actores con capacidad de decisión programática y comunicacional (dirección y líderes de la opinión partidista).

En el capítulo quinto se anotarán series de instrumentos y productos comunicacionales, con detalles sobre sus características formales.

En el sexto se pasará al “plan de comunicación política”, es decir, se establecerá y describirá las actividades pensadas para usar los instrumentos y productos comunicacionales y cumplir con las líneas estratégicas. Este plan incluirá una relación precisa de indicadores de cumplimiento e impacto. Finalmente, el séptimo capítulo expondrá la estrategia de medios o de difusión de un tipo especial de productos comunicacionales: los de índole mediática.

VII. Bibliografía

Camacho, E. (1887). *Tratado del arte militar*. La Paz.

Chomsky, N. (2002). “El control de los medios de comunicación”. En Chomsky, N. y Ramonet, I. *Cómo nos venden la moto – Información, poder y concentración de medios*. Barcelona: Icaria.

Dahl, R. (1989). *La democracia y sus críticos*. Barcelona: Paidós.

Eco, U. (1973). *Signo*, Barcelona: Labor.

Eco, U. y Sebeok, T. (1986) *El signo de los tres. Dupin, Holmes, Peirce*, Barcelona: Lumen.

Germano, C. (2002). *Marketing político*, en la revista Cuarto Intermedio, número 64, agosto.

Ginzburg, C. (1986) “Morelli, Freud y Sherlock Holmes: Indicios y método científico”, en Humberto Eco y Thomas A. Sebeok. (eds.). *El signo de los tres*. Barcelona: Editorial Lumen

Mattelart, A. y Mattelart M. (1997) *Historia de las teorías de la comunicación* (ed. Española. Barcelona: Paidós Napolitan, J. (1995) *¿Cómo ganar las elecciones?*, Ecuador: Edipla Editores.

Hentschel, H. (2002) *Encuestas y opinión pública. Aspectos metodológicos – Un manual para políticos y periodistas*, Buenos Aires: Edivern.

Fritz y Gunda Plasser (2002). *La campaña global – Los nuevos gurús del marketing político en acción*, Buenos Aires: Temas/KAS.

Sartori, G. (1998) *Homo videns – La sociedad teledirigida*. Buenos Aires: Taurus.

Van Riel, Cees (1997) *Comunicación corporativa*. Madrid: Prentice Hall.



Hacia la redefinición y reconstrucción de conceptos periodísticos

Primera tarea: visibilización de las huellas
positivistas en el periodismo

Mgr. Amparo Canedo Guzmán¹

Resumen

El periodismo está en crisis. Identificar todos aquellos genes que lo hacen excluyente para eliminarlos es una tarea urgente porque las características del eurocentrismo y las vertientes positivistas de las que la noticia aún bebe están fuertemente adheridas en el campo periodístico. Para ello, habrá que mirar hacia atrás para llegar, por lo menos, hasta el Siglo XIX en que se produjo el gran quiebre histórico con la creación de la estructura de la pirámide invertida de la noticia. Luego habrá que mirar el presente y preguntarse qué función cumplen los periodistas en las sociedades democráticas y cuáles de sus instrumentos de trabajo han quedado obsoletos frente a las necesidades y expectativas de una sociedad a la que juraron servir. Entonces deberá comenzar el arduo trabajo de poner bajo la lupa desde el concepto de la noticia hasta las preguntas de la pirámide invertida.

Palabras clave:

Periodismo, noticia, ética.

¹ Nació en Cochabamba (Bolivia), en 1964. Es Licenciada en Literatura de la Universidad Mayor de San Andrés y Magíster en Comunicación Estratégica de la Universidad Andina Simón Bolívar. Fue Editora de Política, Jefa de Informaciones y Editora General de La Razón; Editora de Política, Jefa de Informaciones y Jefa de Redacción de Presencia; Jefa de Redacción de Los Tiempos y Directora de La Prensa. Es cofundadora de la Fundación para el Periodismo. Junto a su esposo creó la empresa Nuevo Periodismo Editores. Actualmente es Jefa de Gestión Académica de las áreas de Periodismo Estratégico y de Redacción y Narración en la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Católica Boliviana "San Pablo". Además de artículos periodísticos, publicó el libro "La brújula del periodista" (2010) y elaboró el "Manual de Estilo" y el "Diagnóstico de Contexto para el Cambio Curricular" de la Carrera de Comunicación Social mencionada.

I. Introducción

En tiempos de crisis no es fácil pararse frente al espejo para descubrir las huellas históricas que dejaron quienes violentaron el pasado de América Latina y depositaron como herencia en los latinoamericanos una forma de mirar el mundo. Es difícil separar lo positivo de lo negativo y extraer la mala hierba que entorpece la relación comunicativa con los demás. En el caso del periodismo, esta operación pasa necesariamente por la identificación de aquellos genes eurocéntricos que, en vez de marcharse con los colonizadores, quedaron incrustados como un abrojo en lo más profundo de las definiciones, las herramientas y, en general, de la forma en la que el periodismo recorta la realidad.

Durante siglos, el mundo giró alrededor del pensamiento europeo, centro y medida de todas las cosas. Todo lo que allá se creaba, concebía y pensaba era considerado desarrollado, porque el resto, colonizado o por colonizar, era salvaje. América Latina fue tratada como tal desde el siglo XV (Wallerstein, 2003 y 2006).

Al liberarse políticamente, las otrora colonias pensaron que cerraban un capítulo de su historia de dependencia. No fue así. Hoy se sabe que, en realidad, la colonización no sólo penetró en el sistema político y económico de las naciones, sino en las mentes y formas de vida cotidiana de las personas (Torrico, 2009). Los medios de información no fueron la excepción.

El comunicador boliviano Erick Torrico aclara en “Emancipar la comunicación para apuntalar la paz” que una cosa fue el régimen colonialista que “...como forma de dominación político-administrativa asentada en la división entre metrópolis y colonias llegó a su fin tras la etapa independentista y republicana, mientras que es otra la colonialidad del poder, es decir, el orden jerárquico y dualista que internalizaron los pueblos colonizados en función de criterios raciales de clasificación de los grupos humanos que aplicaron los europeos para ‘naturalizar’ su esquema imperial y someter a los no europeos” (Torrico, 2009, p. 9).

Entre las características de esa forma de ver el mundo denominada hoy eurocéntrica y alimentada por la filosofía, industria, ciencias y economía capitalista europeas y luego estadounidenses, existían tres importantes que no deben ser perdidas de vista cuando se analiza las bases e instrumentos del periodismo y fueron señaladas por el sociólogo estadounidense Immanuel Wallerstein: la primera es que Europa se consideraba “civilizada”, lo que pasó a ser sinónimo de desarrollo y modernidad.

Cuando Wallerstein habla de civilización se refiere a “...un grupo de características sociales que contrastan con el primitivismo o la barbarie. La Europa moderna se consideraba a sí misma algo más que una ‘civilización’ entre varias; se consideraba la única ‘civilizada’ o aquella especialmente ‘civilizada’” (Wallerstein, 2003, p. 102).

Pensar que todas las personas deben mirar el mundo y actuar en él de acuerdo al parámetro dado por quienes se autoconsideran el centro del mundo, lo civilizado y lo más desarrollado es una de las características del eurocentrismo que se revela mediante la homogenización en el lenguaje. En otras palabras, todo debe ser concebido a través de un único modelo que no admite una forma distinta de ser en el mundo.

La segunda característica es el llamado universalismo, basado en el continuo afán de generar leyes universales que puedan ser aplicadas en cualquier objeto de estudio semejante, desconociendo, de ese modo, las especificidades históricas y culturales del mismo.

“Ya sea en la forma ahistórica de un tiempo reversible de acuerdo con el modelo de los científicos sociales nomotéticos o ya sea en la forma diacrónica de la teoría de las etapas de los historiadores, las ciencias sociales europeas han sido resueltamente universalistas al afirmar que sea lo que fuere lo que ocurrió en Europa entre los siglos XVI y XIX, ello representó un modelo que era aplicable en todas partes, ya fuera porque suponía un logro progresivo irreversible de la humanidad o porque representaba la satisfacción de las necesidades humanas básicas mediante la eliminación de los obstáculos que se oponían a su realización” (Wallerstein, 2003, p. 101).

Una de las formas clásicas en que el universalismo se refleja en el lenguaje es a través de la generalización por cuanto las particularidades o diferencias culturales e históricas de un objeto de estudio no tienen por qué entorpecer la generalización alcanzada mediante la aplicación de una lupa ahistórica sobre los hechos sociales.

Esto deriva en la tercera característica de ignorar la evidencia empírica con tal de que “...los datos fueran manejados de modo correcto, ya que se pensaba que los procesos eran constantes. Las conclusiones no eran muy diferentes en el caso de aquellos estudiosos que preferían un acercamiento más histórico e ideográfico, en tanto que se asumiera la existencia de un modelo subyacente de desarrollo histórico” (Wallerstein, 2003, p. 101).

Esto último redundante en el tipo de recorte de la realidad que se puede hacer porque al no darle a la evidencia empírica una importancia mayor que la de

la verificación de una tendencia o constancia para la elaboración de leyes universales, gran parte de la historia de dicha evidencia es borrada, operación que una vez más se efectúa a través del lenguaje.

Cuando nació la pirámide invertida de la noticia en el siglo XIX bebió de esas vertientes eurocéntricas y positivistas, y aún sigue nutriéndose de ellas.

II. Bases e instrumentos, a la mesa de observación

Los periodistas se desenvuelven en un campo que a pesar de ser antiguo empezó a diseñarse tal como hoy es conocido en el Siglo XIX, apoyado en una estructura empresarial alimentada por formas positivistas de aproximarse al mundo y valores capitalistas eurocentristas que entraron en continua tensión y contradicción con los principios éticos periodísticos. A todo ello habrá que sumar las estructuras noticiosas que se manejan diariamente en los medios y cuya esencia genética es excluyente como se podrá ver más adelante en el análisis de la pirámide invertida.

a) La noticia y el recorte de la realidad

Se debe recordar que el positivismo fue creciendo en un terreno abonado por el impulso económico del capitalismo a fines del Siglo XIX y principios del XX, y requería empujar todo tipo de investigaciones que apuntalaran a la pujante industria europea, para cuyo fin necesitaba de pensadores que no siguieran soñando con Dios, sino con inventos en un tiempo en el que varias ciencias cortaban el cordón umbilical que las unía con la filosofía para, finalmente, ver la luz apegadas a las llamadas ciencias de la naturaleza que eran las que llevaban la delantera por sus avances científicos. “Progreso y descubrimiento podrían ser las palabras clave, pero hacen falta otros términos –ciencia, unidad, simplicidad, dominio e incluso ‘universo’– para completar el lexicón”, acota Immanuel Wallerstein en “Abrir las Ciencias Sociales” (Wallerstein, 1996, p. 7).

A partir de ese momento, quien quisiera pensar en la sociedad tendría que hacerlo en función de lo que se podría medir y experimentar porque, además, los pensadores de entonces creían que la forma de trabajo de quienes estudiaban la naturaleza podría ser repriseada en el campo de las humanidades.

Para quienes pretendían estudiar la sociedad, esto significaba que debían observar y describir ante todo “hechos” o todo aquello que pudiera ser de algún modo calculado o medido e, incluso, que diera lugar a la formulación de leyes universales, independientemente de la subjetividad de los investigadores

y de los orígenes y condiciones psico-sociales del mismo objeto de estudio en un momento y espacio determinados.

A lo máximo que, entonces, el investigador debía abocarse era a replicar su objeto de estudio, pero de forma organizada. Uno de los expositores de esa forma de razonar el mundo fue el positivista Emile Durkheim (Francia, 1858–1917), quien, en “Las reglas del método sociológico”, lo dijo claramente: “Si los fenómenos sociológicos no son más que sistemas de ideas objetivas, las explicaciones consisten en pensarlas de nuevo en su orden lógico y esta explicación es, en sí misma, su prueba; todo lo demás se puede confirmar con algunos ejemplos. En cambio, únicamente las experiencias metódicas pueden arrancar su secreto a las cosas” (Durkheim, 2001, p. 203).

Positivistas como Durkheim también creían posible que el investigador pudiera adquirir cierto nivel de neutralidad y que cuando se acercaba a su objeto de estudio, ambos mantenían sus características sin alteración alguna. Como decía Durkheim, “...sin quitarles nada de sus caracteres específicos” (Ibídem).

A fin de que tal contacto entre investigador y objeto de estudio/hecho social resultara impecable, Durkheim proporcionó algunas herramientas para un trabajo objetivo porque, aseguró: “...nuestro método es objetivo. Está dominado completamente por la idea de que los hechos sociales son cosas y deben ser tratados como tales” (Ibídem, p. 202).

Entre esas herramientas señaló la de la causa y efecto, las mismas que al haber sido probadas en las ciencias de la naturaleza y haberse, por tanto, elevado a la categoría de ley universal, podrían ser usadas en los estudios sociológicos. “Puesto que la ley de causalidad ha sido verificada en los otros reinos de la naturaleza, y progresivamente ha extendido su imperio del mundo fisicoquímico al mundo biológico, y de éste al mundo psicológico, estamos en el derecho de admitir que esta ley es igualmente cierta en el mundo social...” (Ibídem, p. 200).

Sin embargo, pensadores como Immanuel Wallerstein, Theodor W. Adorno, Anthony Giddens, Pierre Bourdieu, Hugo Zemelman y otros indicaron, a pesar de las diferencias en sus aproximaciones, que no se puede seguir pensando que un sujeto puede acercarse a un objeto sin que medie en ese acto una serie de aspectos y problemas, y sin que del mismo ambos no salgan transformados. No se trata simplemente de acercarse a la sociedad, aprehenderla y listo.

Al leer a Durkheim, un periodista podría sentirse en casa... Cuando éste se acerca a las fuentes de información para preguntarles por un suceso recién

acaecido, no suele permanecer en el lugar más de un par de horas o el tiempo necesario para recoger la información de un determinado número de fuentes (a veces incluso de una). Este material lo lleva a su medio de comunicación, lo procesa (construcción en la que intervienen otras personas más) y luego lo difunde. Se acercó a la sociedad, aprehendió un pedazo y listo.

b) La pirámide invertida y la inclusión

En el primer siglo después de Cristo vivió Marco Fabio Quintiliano, un retórico al que se le atribuyen las primeras semillas de lo que hoy se conoce como las preguntas claves de toda noticia. Al respecto, Adrián Eduardo Duplatt cuenta en “Arquitectura del discurso periodístico” que Quintiliano compiló de manera clara y didáctica las diversas tesis de la retórica griega en 12 tomos: “Institutio oratoria”. “También elaboró un hexámetro técnico sobre las circunstancias que no deben faltar cuando se habla de un tema. En el hexámetro están presentes las preguntas *quis, quid, ubi, quibus auxiliis, quo modo y quando* (quién, qué, dónde, con qué ayuda, cómo y cuándo)” (Duplatt, 2010, s.p.).

José Francisco Serrano añade que San Agustín retomó lo dejado por Quintiliano y después Mathieu de Vendome escribió en el siglo XII en su “Ars Versificatoia” un hexámetro que debían aprender de memoria los retóricos en los que figuran los elementos clave del discurso: *quis, quid, ubi, quibus, auxiliis, cur, quo modo, quando* (Cantavella y Serrano, 2008, p. 165).

Posteriormente, la agencia internacional Associated Press (fundada en Estados Unidos en 1848) popularizaría las respuestas a tales preguntas en lo que se llamó la “pirámide invertida”, un párrafo activado por las respuestas a seis preguntas, más conocidas como las “w”: *What* (qué), *who* (quién), *how* (cómo), *why* (por qué), *when* (cuándo), *where* (dónde).

Al nacer la pirámide invertida, el periodismo que hasta entonces había existido basado sobre todo en opiniones vinculadas a partidos políticos y escritas de forma literaria comenzó a ser barrido por la nueva estructura que prometía información objetiva como explicó Genro Filho en su libro “O Segredo da Piramide. Para uma teoria marxista do jornalismo” (1987, p. 147).

Al construir la pirámide invertida de una noticia, la cronología real de los sucesos era modificada por una narrativa que ordenaba el mundo de acuerdo a lo que el periodista considerara de mayor relevancia por cuanto lo más importante iba, en definitiva, en el primer párrafo, dando lugar de ese modo a una especie de organización del objeto de estudio.

El comunicador Tanius Karam decía en su tesis doctoral “Derechos humanos y comunicación en México: Estudio sobre la prensa capitalina” que la aparición de la pirámide invertida marca un antes y un después, porque “...el nacimiento de la pirámide invertida es un hito fundamental en la historia del periodismo, sobre todo si se quiere entender por qué las noticias son como son y no de otro modo desde que se empezaron a organizar los hechos alrededor de un qué, un quién, un cómo, un cuándo, un dónde y un por qué” (Karam, 2003, p. 240-241).

Las seis preguntas le obligan al periodista a acercarse a un hecho noticioso de un modo específico para aprehenderlo, recortarlo y difundirlo al estilo de Durkheim: sin emitir de forma explícita opiniones, quedándose de ese modo con la impresión de que está siendo objetivo, imparcial y neutral como pensaban, precisamente, los positivistas.

Sin embargo, cuando algunos investigadores empezaron a aproximarse a dichas preguntas y sus resultados (publicaciones), se dieron cuenta de que el “qué” respondido no era cualquier “qué” y menos el “quién”, por la sencilla razón de que ambos terminaban reflejando únicamente hechos y personajes considerados extraordinarios e importantes, coincidiendo, además, con actores vinculados a las esferas de poder.

La periodista Alicia Cytrynblum, autora del libro “Periodismo social: una nueva disciplina”, es una de las personas que verificó, en este caso en Argentina, el origen vinculado al poder de las fuentes abordadas por los periodistas. Ella asegura que es fácil verificar actualmente que alrededor del 80 por ciento de un diario está constituido por fuentes vinculadas al poder, sean éstas políticas, empresarias, policías o juezas. “El periodismo moderno sigue siendo un cronista del poder y el periodista devino en corresponsal del pueblo en el poder (en algunos casos, rodeado de ventajas y privilegios). Alguien que ‘baja’ la información. Con honrosas excepciones, el periodista en el poder no siempre recuerda el mandato de origen, se distancia y se termina conformando con cumplir con la misión de mensajero” (Cytrynblum, 2004, p. 50).

Al respecto, Miguel Rodrigo Alsina, especialista en comunicación intercultural, explica que cuando nació la pirámide invertida, lo que era considerado acontecimiento digno de ser cubierto por un periodista era definido “...por la importancia de las personas a las que conciernen (jefes, monarcas, etc.), por la preponderancia del acontecimiento político, por el interés real o supuesto por acontecimientos del extranjero y porque el comentario del hecho hace también de acontecimiento” (Rodrigo, 1989, p. 4).

No hay que olvidar que cuando nacieron las seis preguntas como parte de la estructura de la pirámide invertida, la información estaba destinada a las clases altas. El conocimiento del acontecer era un privilegio de las clases dominantes y de aquellas que, para la consolidación de su incipiente dominio, necesitaban la información, como explica Rodrigo:

“Antes de la invención de la imprenta, comerciantes y banqueros europeos recibían informaciones manuscritas sobre el tráfico marítimo, eventos políticos. El tipo de información tenía una función comercial-financiera. Otro de los clientes fijos que recibían noticias era el estrato de los nobles que no habitaban en la capital. Siendo las monarquías renacentistas esencialmente centralistas, los nobles alejados de la Corte eran también demandantes de información sobre los acontecimientos políticos de la capital. La aparición de la imprenta no supuso un gran cambio en el espectro de los usuarios de la información. El nivel de analfabetismo era muy alto, de ahí la pequeñez del mercado potencial de la información escrita.

Así, se puede decir que el conocimiento de los acontecimientos era un privilegio de las clases dominantes; la gran masa debía contentarse con el rumor o con el acontecimiento local. La distancia condicionaba fundamentalmente el conocimiento de los hechos. El pueblo llano sólo podía dominar los acontecimientos que estaban al alcance de su comunidad geográfica, pueblo, ciudad, etc. y que se transmitían oralmente. A medida que aumentaba la distancia, este dominio disminuía. Eran las clases dominantes las que pasaban a dominar el acontecimiento. Aunque el acontecimiento tenía otro condicionamiento: el temporal. El acontecimiento lejano llegaba con gran retraso con relación al hecho que lo motivaba” (Rodrigo, 1989, p. 3).

Pero además de sacar los hechos de su cronología natural siguiendo una estructuración basada en una guía de seis preguntas, la pirámide invertida induce a efectuar una operación de reducción, lo que obliga a realizar un proceso muy fuerte de selección de una gran cantidad de información. Por ello, autores como Miguel Rodrigo Alsina creen que convertir un hecho en noticia es una operación básicamente lingüística porque serán los procedimientos del lenguaje los que permitirán aislar y comunicar un suceso.

El lenguaje es el modo de captación de la realidad que permite darle forma y aislar unos hechos que, mediante un procedimiento de redacción, se convierten en noticia. Esto significa que las limitaciones del lenguaje son las de lo noticioso o, en otras palabras, las limitaciones del periodismo son las del lenguaje verbal.

Tampoco es casual que los “leads” que se construyeron en el siglo XIX tomando como base a la pirámide invertida sean muy parecidos a los del siglo XXI a pesar de toda el agua que pasó por debajo del puente desde entonces en el campo de la comunicación y es que, precisamente, las estructuras más profundas de la noticia han logrado mantenerse hasta hoy. Basta comparar dos noticias, una antigua y otra actual, para darse cuenta de ello.

¿Cuán parecidas son estas dos noticias en su estructura? Una se refiere al ataque contra el Fuerte Sumter, enviada por telégrafo desde Nueva York el viernes 12 de abril de 1861, y la otra al estallido de una bomba en Grecia, difundida en 2010 por la agencia AP:

“Charleston, 12 de abril de 1861.- *Comenzó el baile. La guerra ha principiado. Las baterías de la isla Suvillan, de la isla Morris y de otros puntos, abrieron el fuego contra el Fuerte Sumter esta mañana, a las 4. El Fuerte Sumter devolvió el fuego y desde entonces se ha sostenido un nutrido cañoneo” (Cantavella y Serrano 2008, p. 45).*

“Atenas (AP), 24 de junio de 2010 - *Una bomba disimulada como regalo estalló el jueves en el interior del ministerio de las fuerzas del orden de Grecia y mató a un colaborador de esa oficina, en el primer ataque a una alta institución del país en varios años” (Paphitis y Becatoros en AP, 2010, s.p.).*

Curiosamente, así como fueron las agencias de noticias internacionales las primeras en hacer circular la pirámide invertida, también se constituyeron posteriormente en sus albaceas, porque fueron las que menores modificaciones realizaron en ésta hasta hoy.

Quien le hizo frente a la pirámide invertida en América Latina fue la crónica, esa abuela del periodismo, la historia y la literatura, cuya creatividad siempre movió el piso de todo lo dado. Por eso no habrá de extrañar a nadie que las noticias manejadas por los diarios contengan pinceladas de crónica y no respeten al pie de la letra las respuestas a las seis preguntas, mucho más desde la aparición de la computadora que permitió armar las páginas enteras de los periódicos y ya no hubo necesidad de cortar las noticias en cualquier parte del texto, lo que antes de la incursión de las computadoras dio lugar a que siempre se respetara el “lead” en el primer párrafo. Actualmente se puede encontrar en algunos medios de información las respuestas desgranadas en todo el material.

c) La definición de la noticia frente a sociedades complejas

A la estructura de la pirámide invertida que representa un reordenamiento de los hechos habrá que añadir la definición de la noticia, la que es "...la esencia del periodismo, la materia prima. Noticia es todo aquel hecho novedoso que resulta de interés para los lectores a quienes se dirige un diario. ¿Qué es noticia? La noticia en estado puro viene dada siempre por un acontecimiento sorprendente, estremecedor, paradójico o trascendental y, sobre todo, reciente", explica Álex Grijelmo García (Grijelmo, 2001, p. 31), uno de los autores del "Libro de Estilo" de El País de España, el más utilizado por los diarios grandes de Bolivia.

Sin embargo, si tal estructura parte de una especie de reorganización de los hechos con el justificativo de que se busca darle primero al lector lo más "novedoso, sorprendente y trascendental", ¿quién determina qué es en el mundo importante y qué no lo es?, ¿cómo sabe un periodista o medio de comunicación qué es relevante para más de diez millones de habitantes de un país? ¿Cómo lo sabe si no realiza todos los días estudios al respecto? ¿Qué tipo de contacto tiene con el lector para tener acceso a tal conocimiento? ¿Cómo se puede generar información en estado "puro" si el sujeto-periodista que se acerca a un objeto-hecho lo hace cargado de experiencias, conocimientos e incluso prejuicios previos?

Es por eso que cuando uno imagina el campo del periodismo no puede más que recordar las palabras de Pierre Bourdieu cuando en "Sobre la Televisión" (1997) criticaba esa forma peculiar de ser y hacer las cosas del periodista, quien cree que sabe lo que la población quiere cuando, en realidad, sus únicos referentes reales son los demás medios y, por tanto, el resto de periodistas, entre quienes se leen, comentan y critican, vinculándose de una determinada manera y creando lazos especiales dentro de ese microcosmos que se va cerrando en rutinas que se elevan a la categoría de rituales diarios como aquel de monitorear desde primeras horas radio, televisión y ahora Internet.

Al final, es un grupo de unas 10 personas el que normalmente determina cuál será la agenda del día en un medio informativo. En otras palabras, detrás de qué tipo de información se irá y después qué espacio ocupará en un diario cada noticia (proceso de jerarquización).

Si dicha operación diaria tiene alguna vinculación con la sociedad, ésta no es muy grande porque los canales de contacto con el mundo son muy pocos: el primero está representado por la información que circula en medios tradicionales e Internet; el segundo por todas aquellas fuentes "oficiales"

vinculadas a los órganos del poder; el tercero está constituido por aquellas "novedades" de las que se entera la o el periodista en su diario vivir o mediante algunos de sus contactos, y el cuarto tiene que ver con las llamadas o mails que algunos ciudadanos mandan al periodista o medio en el que éste trabaja (Canedo, 2013, p. 175).

A ello habrá que añadir toda la cadena de producción de una noticia que implica más de una operación por parte de múltiples sujetos que eligen, deciden, jerarquizan y reorganizan un hecho noticioso antes de entregárselo al lector, lo que en otras palabras significa que entre el objeto de estudio del periodista y el artículo al que tiene acceso la población media una serie de filtros; aunque al final del día el periodista salga contento de su medio de información con la sonrisa del deber cumplido.

Tal vez si este periodista hubiese mirado alguna vez hacia atrás después de dejar su medio de información, hubiese podido ver en la sala de redacción a un grupo de jardineros con tijeras de distinto tamaño que abonan y cuidan lo que consideran más valioso y arrancan de raíz aquello que ante sus ojos tiene menor valor.

Y si viera aún más atrás vería a las fuentes de información asumiendo el mismo papel de jardineros porque eso es la mente frente al mundo como decía el antropólogo francés Marc Augé en su libro "Las formas del olvido":

"No lo olvidamos todo, evidentemente. Pero tampoco lo recordamos todo. Recordar u olvidar es hacer una labor de jardinero, seleccionar, podar. Los recuerdos son como las plantas: hay algunos que deben eliminarse rápidamente para ayudar al resto a desarrollarse, a transformarse, a florecer. Estas plantas que realizan su destino, estas plantas desarrolladas, se han olvidado en cierto modo de sí mismas para transformarse: entre las semillas o los brotes que les dieron vida y lo que son actualmente no existe ya un vínculo aparente; la flor, en ese sentido, es el olvido de la semilla..." (Augé, 1998, p. 23).

Cuando una persona presencia una tragedia se convierte automáticamente en potencial fuente de información. Como tal, hará hincapié en algunos detalles y olvidará otros, todo dependiendo de qué le haya impactado más. Incluso si el periodista presenciara una desgracia, igual tendería a privilegiar ciertos detalles por encima de otros. Por ello, Augé también advierte que "... el hecho de registrar relatos de otros, de 'participar' en sus 'ficciones', no deja de tener, como puede suponerse, consecuencias en la vida del observador, en sus propias 'ficciones'. Las narraciones de unos y otros no pueden coexistir sin influir o, más exactamente, sin configurarse de nuevo unas con otras" (Augé, 1998, p. 54).

Cuando una o un periodista se acerca a una fuente para obtener información, ésta ya reorganiza en su mente los hechos y lo que relata no es el fiel reflejo de lo que realmente ocurrió, porque dependiendo de una serie de factores psicológicos ya habrá actuado sobre lo ocurrido con las podadoras de su mente, recortando algunas partes o realzando otras.

Luego, el periodista hará otra narrativa de la narrativa recogida porque al aplicar estructuras fijas como la de la pirámide invertida, efectuará un nuevo reordenamiento de los elementos. Por tanto, al lector le llegará un producto en el que han estado en juego varias narrativas, una sobre la otra.

Si a ello se suma el hecho de que el recorte de la realidad efectuado por la o el periodista para estructurar una noticia sólo representa un trozo de lo ocurrido; aunque luego será representado como si fuera “la verdad”, se está frente a una forma de trabajo positivista que tiende a ignorar las particularidades e historia de los objetos de estudio.

Esto va muy de la mano del planteamiento de Zemelman cuando dice: “De ahí que la cuestión medular sea la recuperación de una mirada sobre la historia centrada en los sujetos concretos; por eso la importancia de una epistemología que confiere un estatus a la subjetividad creadora que hemos sintetizado en el concepto de conciencia histórica, que no se puede restringir a los límites del discurso del poder. Detrás de lo expresado está la necesidad de una concepción de la realidad como proyecto de sentido y de voluntad, que no se agote en ningún conocimiento, sino que se haga tangible en una necesidad de conciencia, en la que se articule la exigencia de proyecto con realidad como historización” (Zemelman, 2005, p. 55).

Éstas son sólo algunas de las razones por las que las y los periodistas deben sentarse a revisar desde sus cimientos más básicos como el de la definición de la noticia para luego poner sobre la mesa de la reflexión los instrumentos que maneja. Lo curioso es que a pesar de que esta sugerencia ya se hiciera en 1980 en el libro “Un solo mundo, voces múltiples: Comunicación e información en nuestro tiempo”, más conocido como el Informe MacBride, hasta ahora no se ven señales empíricas de cambio en ese sentido, por lo menos no dentro del campo periodístico.

El diagnóstico realizado en el Informe MacBride por 16 expertos sobre la situación de la comunicación en el mundo en la época de la guerra fría entre Estados Unidos y la ex Unión Soviética, hizo notar que la definición de la noticia es muy “estrecha” y que, por ello, la misma debe ser revisada:

“El debate actual se ha ocupado primordialmente de las noticias ‘duras’, es decir, los hechos recopilados e informados por las agencias noticiosas y los medios masivos. La determinación de la ‘distorsión’ de las noticias depende en última instancia de nuestra definición de lo que sea ‘noticia’ y lo que genere ‘valores de las noticias’. Tradicionalmente, se incluyen los elementos siguientes en toda definición de noticias: las noticias deben circular rápidamente después de un suceso, tener interés general, proveer información que no se ha dado antes y que puede ser útil para tomar decisiones, y representar un alejamiento de la pauta ordinaria de la vida.

Aunque conviene en que deberán incluirse estos elementos, muchos periodistas, investigadores y políticos, sobre todo de los países en desarrollo, creen que esta definición es demasiado estrecha. En su opinión, debieran incluirse varios otros criterios para que la información tenga una pertinencia máxima para quienes la reciben. La noticia no es neutral jamás” (MacBride, 1993, págs. 135-136).

Esto que en el Informe MacBride se denomina “definición demasiado estrecha” de la noticia es la que gobierna hasta hoy. Aún más, se está revitalizando en Internet debido a que los manuales que enseñan cómo escribir para la web están asumiéndola como la estructura ideal.

En el libro “Cómo escribir para la web” de Guillermo Franco (libro financiado por la Knight Center for Journalism), él justifica el uso de la pirámide invertida:

“De acuerdo con Mencher, la pirámide invertida ha persistido porque satisface las necesidades de los usuarios de los medios. ‘Los lectores desean saber qué pasa tan pronto la historia comienza a desenvolverse. Si es interesante, prestarán atención. De otra forma, se irán a otra parte. La gente está muy ocupada para detenerse sin ninguna recompensa’, dice. Aunque Mencher no hizo esta afirmación en la versión original de su libro para referirse a textos escritos para internet, sino para impresos, esta forma de presentación de contenidos es la que más se ajusta al ambiente digital y satisface las necesidades de los usuarios, tanto en páginas de inicio, resultados de búsquedas y canales RSS, como boletines enviados a través de correo electrónico” (Franco s.f., p. 53).

A quien le parezca extraño que la estructura de la noticia haya perdurado durante tantos años, Tanius Karam le dice que la noticia es un género que ha logrado “...un máximo de estabilización...” y, por tanto de previsibilidad, a pesar de que no llega a constituir un texto de grado cero, lo cual significa que no llega a recuperar y reflejar de la realidad mayores certezas como ocurría, probablemente, con la información científica (cf. 2003, p. 243).

A pesar de ese máximo de estabilización de la noticia a la que se refiere Karam, la crisis que hoy toca a la comunicación en general y al periodismo en particular se convierte en el escenario ideal para revisar el concepto de noticia y también de la pirámide invertida que la alimenta, entre otras importantes herramientas.

d) La generalización y el respeto a lo individual

Cuando las y los periodistas decidan asumir a la crisis como una oportunidad y poner sobre la mesa del análisis sus herramientas, podrán divisar la vinculación que existe entre la generalización en el periodismo y el eurocentrismo, por cuanto en ambos casos el emisor de un mensaje parte de la idea de que su forma de ver el mundo representa la manera correcta y, a partir de allí, tiende a juzgar a los demás. En la medida en que los “otros” u “otras” se asemejen a él, serán aceptados. Ello llega junto con la tendencia a meter a todo ser humano en la misma bolsa de una determinada manera de pensar y concebir el contexto histórico, político, social y económico a partir de lo que se denomina generalización.

A esto cualquier periodista podría cuestionar: “¿De qué generalización me hablan si yo jamás generalizo?”. Una de las formas casi invisibles de este problema se encuentra en la manera en que se trata a las fuentes como si todas provinieran de la misma cultura, invisibilizando su forma de ver el mundo y ello ocurre en el momento en que a las fuentes únicamente se les pregunta su nombre y cargo; pero no otra información que permita efectuar una mínima contextualización, tan urgente y necesaria hoy.

¿Por qué es importante en periodismo contextualizar a las personas? Para empezar, porque parte del respeto que merecen como ciudadanas tiene que ver con no mirarlas de manera homogénea en cuanto a englobarlas en un solo compartimento y evaluarlas a partir de ese lugar, lo que hacía, precisamente, la mirada eurocéntrica.

Todo lo contrario, cada persona proviene de una historia o una realidad que merece ser conocida y reconocida porque sólo así se podrá entender mejor una determinada información. Por ejemplo, cuando un Mandatario que proviene de una cultura indígena indica que tomará alguna decisión con las organizaciones de base, esto podría ser entendido como un lavarse las manos porque en culturas eurocéntricas existe la costumbre de tomar decisiones de arriba hacia abajo y no al revés. Sin embargo, si el periodista contextualizara a tal persona explicando que en su pueblo se analiza y decide en asambleas o cabildos, entonces, nadie pensaría que tal ser humano está siendo irresponsable como líder.

El problema y ruido informativo que la falta de contextualización de las personas o grupos genera en la información no es menor, peor en un mundo globalizado donde el lector recibe información que proviene de culturas de las que poco o nada sabe y, por ello, lo que éstas hagan le parecerá cuestionable o insólito por falta de esa contextualización.

Por ello, las formas en que la generalización puede colarse en el periodismo son múltiples y no sólo aquella conocida por las y los periodistas que significa volver plural lo singular. Por ejemplo, cuando la opinión de una, dos o diez personas es utilizada para indicar que toda la población es la que opina.

A la contextualización de la persona habrá que añadir la precisión en el dato que ayuda a evitar la generalización e impulsar el respeto hacia el “Otro” u “Otra”, aporte de la comunicación intercultural en la que también se ha venido trabajando para reconocer, respetar y contextualizar a las personas, ni siquiera sólo como parte de grupos sociales, sino individualmente.

Andar el trecho entre un ser humano y el “Otro” desde una verdadera comunicación entendida ésta como un diálogo constructor de sentidos no es sencillo por cuanto implica, entre otras cosas, frenar los prejuicios que normalmente adquieren la forma de juicios de valor o adjetivos calificativos en un material periodístico, entre otras maneras extremas como la minimización o la invisibilización mediante la anulación de una declaración, porque no se está de acuerdo con ella y porque se considera que quien la sustenta no es lo suficientemente importante para aparecer en un medio de difusión.

e) La adjetivación y las otras formas de ver el mundo

Tanto los juicios de valor como los adjetivos calificativos presentan los siguientes problemas: el primero se produce cuando el emisor sustituye la información con un juicio o adjetivo y el receptor no recibe los datos exactos, sino valoraciones sobre éstos. Quien lee o escucha termina imaginando una realidad distinta a la ocurrida porque la decodificación que realiza del mensaje parte de una escala distinta a la del periodista. Por ejemplo, si uno lee en un diario: “La bella mujer se le acercó”, ¿qué tipo de mujer imaginaría? La respuesta variará de lector en lector porque no todos tienen en la cabeza parámetros de belleza idénticos, peor si esto se lee de una cultura a otra (cf. Canedo, 2010, p. 186-187).

Este primer problema lleva al segundo: los juicios de valor y adjetivos ocasionan una especie de ruido informativo o tergiversación que no coadyuva periodísticamente en nada que justifique su utilización porque no informan.

Peor aún, cuando son usados de manera negativa tienden a discriminar a personas, ya sea por su forma de pensar, por su credo o tendencia política. Por ello, la discriminación a nivel periodístico pasa normalmente por este indicador.

Si bien no faltarán las personas que defiendan a capa y espada la posibilidad de usar en periodismo adjetivos calificativos, existe una razón muy sencilla por la que éstos no debieran ser utilizados en un país como Bolivia: cada cultura tiene una forma distinta de ver el mundo que debe ser respetada y, por tanto, una manera diferente de calificar (cf. *Ibíd.*, p. 186).

f) La planificación y la visibilización

Existen en las sociedades sectores que tradicionalmente han sido discriminados no sólo en su acceso a la información y comunicación como derechos, sino por la manera en que son insertados en los artículos informativos. Uno de ellos es el de las mujeres. Si bien no es el único porque también están las personas con discapacidad, los migrantes, los indígenas, los adultos mayores y los menores de edad, se hace notar más el de ellas porque numéricamente representan, en algunos casos, la mitad de las poblaciones.

Lamentablemente, en ese punto no se ha avanzado mucho hasta hoy a nivel periodístico. Ni siquiera el hecho de que muchas mujeres hayan logrado ocupar puestos estratégicos en los medios de información ha dado lugar a que mejore mucho más la visibilización de las mujeres como fuente de información y esto se debe a que ellas son ignoradas desde la misma planificación de la cobertura que se efectúa en un determinado medio.

Cuando las y los periodistas planifican su información, normalmente incluyen los nombres de las fuentes de acuerdo a la representatividad de éstas en la sociedad y, sobre todo, en los órganos de poder. No se fijan si dichas personas son hombres o mujeres. Empero, como en la sociedad aún predomina el desequilibrio en el acceso de varones y féminas al poder, ellos terminan siendo en número más porque son los más “representativos”.

En la investigación “Características del perfil periodístico del editor y editora de la prensa paceña en 2012, que pueden coadyuvar o perjudicar en el desarrollo de un periodismo inclusivo en los periódicos de La Paz. Casos: La Razón, La Prensa, Página Siete y El Diario” se efectuó a periodistas editores y editoras preguntas como: “¿Y cuáles son los parámetros para elegir una fuente?”, todas las respuestas de las y los entrevistados fueron similares a la siguiente: “Que tengan representatividad, que tengan una potestad, sean autoridades, dirigentes, que sean representativos (E2)” (Canedo, 2013, p.184).

En dicha investigación se pudo verificar que en el 61,2 por ciento de 147 artículos revisados en los cuatro periódicos mencionados no existe equidad alguna de género y sólo en el 19 por ciento de éstos se puede encontrar tal equilibrio o cualidad (*Ibíd.*, p. 157).

En tal indagación, todas las editoras y editores entrevistados confesaron que durante la planificación jamás se fijan si quien deben entrevistar es hombre o mujer, únicamente ven si es “representativo/a”. Cuando se preguntó a uno de ellos si al planificar con sus redactores toma en cuenta la equidad de género en el manejo de las fuentes, respondió: “Nosotros lo único que vemos es ver si están las fuentes que deben estar. Por ejemplo si está la Policía, si está el Ministerio Público. Pero si su Presidente es varón o mujer, no vemos, no se toma en cuenta (E3)” (*Ibíd.*, p. 185).

Dos de las personas entrevistadas son periodistas mujeres que aseguraron que intentan ser inclusivas en su trabajo cotidiano; sin embargo, tampoco toman en cuenta a las mujeres en el momento de planificar porque lo que guía su trabajo cotidiano es la “representatividad”, categoría que como ya se vio con Alicia Cytrynblum y Miguel Rodrigo Alsina siempre estuvo vinculada al poder.

A eso se referían organizaciones internacionales vinculadas a los medios de información como la Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana (WACC) y la Federación Internacional de Periodistas (FIP) cuando indicaron en 2012 que las mujeres deben ser pensadas e incluidas en las noticias desde la fase de planificación en las redacciones de los medios de información.

Ambas organizaciones lanzaron juntas en 2012 dos herramientas como parte del Proyecto de Monitoreo de los Medios Globales. Se trata de una propuesta con dos componentes (textos) denominados de una sola forma: “Herramientas de aprendizaje para un periodismo de género-ético y políticas en las empresas editoriales”. El primero es de corte conceptual y el segundo procedimental, una guía para la labor periodística cotidiana.

En el primer texto, se advierte que los pasos dados en pos de una mayor equidad de género en las noticias no son suficientes y se aconseja que todas las personas vinculadas a los medios se pongan manos a la obra para de una vez avanzar en este sentido.

“La representación de género no es un asunto de las mujeres; no habrá una representación de género en forma equitativa y ética hasta que sea una preocupación de todas las personas que participan en la sala de redacción y más allá de ésta. Periodistas, fotógrafos/as, editores/as, camarógrafos/

as, caricaturistas, empleados/as que laboran en los medios, órganos autoreguladores, escuelas de periodismo, asociaciones y sindicatos, cada uno de ellos/ellas tienen un papel que desempeñar para asegurar que los medios sean un reflejo efectivo de la sociedad. Los actores de la sociedad civil pueden apoyar este proceso mediante monitoreo, diálogo y alianzas positivas con los medios” (WACC y FIP, 2012, p. 4).

Y la WACC y la FIP también hacen notar cuán importante es esto para poder hablar de cobertura equilibrada e incluyente y, por qué no decirlo, de periodistas y secciones inclusivos:

“Es momento de que los medios informativos –y los/as profesionales de los medios– caigan a la cuenta de la importancia que tiene el género como una lente esencial a través de la cual hay que examinar todos los eventos y temas para poder narrar la historia completa. Para que la cobertura sea más incluyente y equilibrada, no sólo los/as reporteros/corresponsales, sino la gama de profesionales que en conjunto arman el contenido de los medios –incluyendo el contenido visual– debe estar consciente de la necesidad de tomar en consideración el factor género en el proceso de decidir qué cubrir y cómo cubrirlo” (Ibídem, p. 10).

Al respecto, cabe hacer notar que uno de los planteamientos importantes de las herramientas proporcionadas por la WACC y la FIP consiste en decirles a los periodistas que la equidad de género hay que buscarla o, en otras palabras, que desde la planificación de la cobertura hay que pensarla. ¿Por qué esta sugerencia es tan importante para los y las periodistas? Si se toma en cuenta que las fuentes casi siempre estuvieron vinculadas al poder como lo hizo notar la periodista Alicia Cytrynblum (cf. 2004, p. 50) e históricamente las mujeres no tuvieron un lugar allí como para poder ser consideradas “representativas”, se está frente a su invisibilización como fuentes de información. Por ello, Cytrynblum decía que el 80 por ciento de las fuentes utilizadas por los periodistas está articulado al poder. Dentro de ese porcentaje, ¿cuál es el que ocupan las mujeres? Quienes fueron responsables del Proyecto de Monitoreo de los Medios Globales revelaron en 2012 un promedio global de apenas una mujer por cada cuatro hombres en las noticias de radios, canales de televisión y prensa. En 15 años se habría mejorado de una mujer entre cinco a una entre cuatro fuentes (cf. WACC y FIP, 2012, s.p.).

g) La pluralidad y la igualdad

Uno de los problemas de la herencia de los ancestros en la casa de una persona es que comienza a mezclarse con los objetos que ésta compró o

hizo y si la influencia de aquéllos fue muy grande, no deberá extrañar que lo nuevo tenga, también, cara de viejo por la forma en que se lo labró. En otras palabras, cuanto menos se mire hacia atrás y hacia adelante y menor consciencia se tenga del tipo de suelo que se pisa, no sólo se parecerá nuestro rostro al del abuelo, sino que cuando caminemos lo haremos como él.

Algo así ocurre en el periodismo. La nueva Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia reconoce, junto con la de Ecuador, el Derecho a la Comunicación e Información desde el año 2009. Se trata, evidentemente, de un derecho en construcción por cuanto aún habrá que ver qué entenderán los bolivianos por el mismo.

Más allá de tal alcance, lo que sí está claro es que tal derecho está totalmente atravesado por la pluralidad. En la investigación de las características del perfil periodístico del editor y editora de la prensa paceña en 2012, que pueden coadyuvar o perjudicar en el desarrollo de un periodismo inclusivo se pudo determinar que si bien las y los periodistas entienden en términos generales qué significa tal término, en la práctica aún están lejos de aplicarlo por cuanto nuevamente emergen desde lo más profundo las jerarquizaciones de los seres humanos activadas por aquello que es o no noticia.

Esto significa que una vez más el número de mujeres, indígenas, personas con discapacidad, adultos mayores y otros sectores postergados aparecerá en la medida de cuán “representativos” son en una sociedad. De ese modo, el ciudadano de a pie únicamente servirá para convertirse en el recurso estilístico de la noticia para que ésta aparezca con las pinceladas de una crónica gracias a la historia que ese ciudadano de poca monta pudo contar. A esa conclusión se llega cuando las y los entrevistados respondieron sobre la organización de las fuentes dentro de un texto:

“Para que tu sección sea lo más plural posible, ¿qué parámetros tomas en cuenta?”

‘Primero el tema, en el que tratamos de buscar voces. Primero fuentes judiciales, segundo, instituciones que trabajan con el tema; tercero, hacer caer esto en historias, gente que te pueda contar historias. Esas son las partes más importantes. Fuentes oficiales que validen lo que has investigado, luego las comunes y corrientes y tercero especialistas; y cuarto, instituciones que trabajen con eso (E3)’” (Canedo, 2013, p. 201).

Por ello es que puede ocurrir (ya está sucediendo), que la supuesta pluralidad aparezca en los textos periodísticos de acuerdo a una estratificación de las fuentes de información donde unas son más que otras, dependiendo de

cuán “representativas” son. El que ante los ojos de la sociedad y de las y los periodistas no pese nada se convertirá, con suerte, en un recurso estilístico dependiendo de cuán trágica, cómica o pintoresca resulte su historia.

h) Códigos de ética e indicadores precisos

Cuando las y los periodistas decidan llevar a la mesa de disección sus instrumentos para ponerlos bajo la lupa, la única brújula que podría guiar sus ojos en dicha operación está guardada en los códigos de ética. Sin embargo, éstos también tendrán que ocupar un lugar en dicha mesa...

Una característica común a todos los códigos de ética no sólo bolivianos, sino de otros países, es que los mismos incluyen principios, pero no indicadores más concretos sobre qué se tiene que entender exactamente por una directriz dada, importante a tomar en cuenta en el momento en que se habla de construir un periodismo más inclusivo por cuanto si bien un principio puede servir como una luz para el camino, no necesariamente implica el trazo de la vía a seguir. Y este problema ya lo hizo notar el Observatorio Nacional de Medios a través de un análisis realizado por Bernardo Poma, en el que indicó lo siguiente:

“Menos de la quinta parte (19%) de los códigos de ética de la Asociación Nacional de la Prensa (ANP), la Asociación de Periodistas de La Paz (APLP), la Confederación Sindical de Trabajadores de la Prensa de Bolivia (CSTPB) y el Consejo Nacional de Ética Periodística (CNÉP) consigna, con escasa explicación, algunos estándares de calidad técnico-profesional para el manejo responsable de la información de interés público” (Poma, 2011, p. 233).

ONADEM llegó a esa conclusión después de analizar los códigos de ética de la Asociación de Periodistas de La Paz, de la Asociación Nacional de la Prensa y de la Confederación Sindical de Trabajadores de la Prensa de Bolivia.

Efectivamente, decirle a una o un periodista que tiene que ayudar a preservar los derechos humanos de ciudadanas y ciudadanos en general y que, además, también debe coadyuvar en la preservación de la paz y la democracia puede sonar a contar con una ley sin reglamento en un país, por cuanto ¿qué significa con exactitud todo esto en el trabajo cotidiano de un/a periodista?

Por ello no debería extrañar a nadie que investigaciones realizadas en Bolivia hayan indicado en más de una ocasión que las y los periodistas no conocen, en general, sus códigos de ética. Ya lo dijo la indagación de John

Virtue en 1995, luego lo hizo notar la de Raúl Peñaranda en 2002 y lo volvió a confirmar Carlos Aldana en 2009 mediante una encuesta realizada a 400 periodistas en las nueve capitales de departamento de Bolivia más El Alto. Si bien en la encuesta, el 67 por ciento de los consultados respondió que sí conoce los códigos de ética, el momento de contestar cuál es el artículo más importante de los mismos, el 33,25 por ciento figuró con no sabe o no responde. En segundo lugar se ubicó la veracidad informativa, en cuarto lugar la imparcialidad informativa y así sucesivamente. Curioso, no apareció por lado alguno el servicio al bien común o a la sociedad.

Es más, cuando se preguntó si la defensa de la democracia y del pueblo es un precepto de los códigos de ética, el 33,5 por ciento dijo que ésta es una afirmación relativamente cierta; frente al 10,25 por ciento que indicó que es falsa (cf. Gómez, 2010, p. 229-235). En 2013, la indagación sobre las características del perfil periodístico del editor y editora de la prensa paceña lo volvió a confirmar.

III. Necesarias preguntas para el análisis

¿Quién quiere ser periodista?, parece la pregunta del millón de hoy desde que las puertas de diarios se han cerrado y otras aún siguen abiertas porque algún millonario se compró el medio de información como ocurrió en agosto de 2013 cuando el fundador de Amazon, Jeffrey P. Bezos, adquirió el periódico estadounidense The Washington Post en 250 millones de dólares.

Los debates internacionales continúan... Unos culpan a las nuevas tecnologías de la caída del tiraje de los diarios y otros critican a los periodistas por no haber tenido la capacidad de captar las expectativas de sociedades cada vez más complejas. Es probable que, en realidad, la respuesta también sea compleja.

En estos tiempos de crisis y, por tanto, también de oportunidades de cambio, las y los periodistas podrían dejar por un momento su trabajo para mirar hacia atrás y luego mirarse frente a un espejo para preguntarse cuál es la función que hoy cumplen en las sociedades democráticas. Luego sería aconsejable que depositaran sobre la mesa ya instalada todas sus herramientas, incluyendo sus códigos de ética y su forma de aproximarse a los hechos para aprehenderlos y recortarlos mediante la pirámide invertida de la noticia. Después convendría que se formularan muchas preguntas...

Si siguieran los consejos del Informe MacBride de convertir a la noticia en una información pertinente para el ciudadano, deberían preguntarse: ¿Qué

características debería tener ésta?, para luego intentar responder a la siguiente interrogante: ¿Las necesidades y expectativas de las sociedades del Siglo XIX cuando nació la pirámide invertida son las mismas que las del Siglo XXI?

Si las preguntas de la pirámide invertida suelen convertir al periodista en una especie de jardinero que poda los hechos sociales a través de las seis preguntas, ¿convendrá aumentar más interrogantes al margen de las tres que ya añadió Álex Grijelmo? Y si los datos que proporciona una fuente provienen de una persona portadora de una forma de mirar el mundo específica dependiendo de la cultura de la proviene, ¿no se tendría que trabajar con una especie de pirámide invertida dentro de otra pirámide? Aún más, ¿existirá alguna otra forma de acceder a esa información “pertinente” que no sea únicamente a través de seis preguntas?

Caminando más allá. Si en una información la adecuada contextualización es esencial, ¿cuál es la pregunta exacta que la activa?, ¿existe esa interrogante en la pirámide invertida? Si se piensa que tal función cumple el “por qué”, se convendrá en que una pregunta de ese tipo sólo obligaría a reducir el contexto sólo a la o las causas cuando, en realidad, lo que se pretende es mostrar al lector procesos más que únicamente detonantes.

Algo similar sucede con la pregunta “para qué” por cuanto si la anterior poda el pasado, ésta recorta el futuro a la funcionalidad o utilidad de toda acción cuando, en realidad, no todo puede ser reducido a tal categoría.

¿Cuál es, entonces, la pregunta que refleja mejor la contextualización tan necesaria y urgente? Es probable que, en realidad, no exista y por ello habrá que añadirla: ¿Cuáles son los antecedentes y el contexto que rodean al qué?

Caminando mucho más allá. ¿Cómo debiera realizar su trabajo un periodista? ¿Será suficiente decirle que unos códigos de ética no desarrollados y que contienen únicamente principios un tanto generales son su brújula? ¿Cómo se debiera hacer para que la brújula que adopte lo acompañe a todos lados?

Ésas son únicamente algunas de las muchas preguntas que en el campo del periodismo se debieran formular hoy porque si la obligación más importante de todo periodista es servir a la sociedad que está en constante movimiento y evolución, los instrumentos de aproximación de éste a ese mundo debieran, también, estar en constante construcción y revisión, a fin de no verse luego frente a disyuntiva de morir o reinventarse como hoy está ocurriendo.

En ese reinventarse tendrá primero que identificar todo aquello que reduce el horizonte de su mirada por culpa de barreras levantadas por genes eurocentristas de vertiente positivista que no se desprenden de las estructuras más profundas en las que quedaron adheridos como abrojos. Ése es el primer paso: visibilizar aquello que nos hace menos inclusivos y ponerlo, de una vez, sobre la mesa....

IV. Bibliografía

Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana y Federación Internacional de Periodistas (2012). *Herramientas de aprendizaje para un periodismo de género-ético y políticas en las empresas editoriales. Libro 1: Temas conceptuales*. s.c. s.e.

Augé, M. (1998). *Las formas del olvido*, Barcelona: Editorial Gedisa.

Baranger, D. (9 de septiembre de 2003): Entrevista a Jean-Claude Passeron: “De El oficio del sociólogo a El razonamiento sociológico”, s.c., s.e., <http://www.ejournal.unam.mx/rms/2004-2/RMS04205.pdf>

Beltrán, L.R. (2007): “Adiós a Aristóteles: la comunicación “horizontal”, *Revista Punto Cero*, Año 12. Nº 15, Cochabamba, s.e., págs. 71-91.

Bourdieu, P. (1997): *Sobre la televisión*, Barcelona: Editorial Anagrama.

Canedo, A. (2010). *La brújula del periodista: un modelo para enseñar y aprender periodismo*, La Paz: Nuevo Periodismo Editores.

Canedo, A. (2013). *Características del perfil periodístico del editor y editora de la prensa paceña en 2012, que pueden coadyuvar o perjudicar en el desarrollo de un periodismo inclusivo en los periódicos de La Paz*.

Casos: *La Razón, La Prensa, Página Siete y El Diario*, La Paz, s.e.

Cantavella J. y Serrano J. (2008). *Redacción para periodistas: informar e interpretar*, España: Editorial Ariel.

Cytrynblum, A. (2004): *Periodismo social: una nueva disciplina*, Buenos Aires: La Crujía.

Duplatt, A. (2010): “Arquitectura del discurso periodístico”, *Narrativas, revista patagónica de periodismo y comunicación*, Argentina, s.e. <http://www.narrativas.com.ar/Duplatt%201.html>

Paphitis, N. y Becatoros, E. (24 de junio de 2010): "Bomba en ministerio policial de Grecia deja un muerto", s.c., s.e., s.p. http://es.noticias.yahoo.com/11/20100625/twl-eur-gen-grecia-explosion-3ra-cabeza-1be00ca_2.html

Rodrigo, M. (1989). *La construcción de la noticia*, Barcelona: Paidós.

Durkheim, E. (2001). *Las reglas del método sociológico*, México: Fondo de Cultura Económica.

Genro Filho, A. (1987). *O Segredo da Piramide. Para uma teoria marxista do jornalismo*, Porto Alegre, Tchê <http://www.crisluc.arq.br/O%20segredo%20da%20pir%20mide.pdf>. (Consultado el 17 de julio de 2013).

Gómez, A. (2010). *No levantarás falsos testimonios. Ética para hacer un buen periodismo y defenderse de malos propietarios y periodistas*, La Paz: Editorial Gente Común y Fundación Friedrich Ebert.

Franco, G. (s.f.). *Cómo escribir para la web*, s.c., s.e.,s.l. knightcenter.utexas.edu/ccount/click.php?id=4 (Consultado el 14 de febrero de 2012).

Grijelmo, Á. (2001). *El estilo del periodista*, España: Taurus.

Karam, T. (2003). *Derechos Humanos y Comunicación en México. Estudio sobre la Prensa Capitalina*. Tesis de doctorado. Universidad Complutense de Madrid. Facultad de Ciencias de la Información. Departamento de Periodismo III. <http://www.dissoc.org/recursos/tesis/Tesis%20TK.pdf> (Consultada el 18 de diciembre de 2011).

MacBride, S. et. al. (1993). *Un solo mundo, voces múltiples: Comunicación e información en nuestro tiempo*, 2da. ed. en español abreviada, México D.F.: Fondo de Cultura Económica.

Torrice, E. (2009): "Emancipar la Comunicación para apuntalar la paz". Presentado en el II Congreso Internacional de Comunicación para la Paz "La comunicación como dinamizadora de transformaciones sociales". Bogotá: Facultad de Comunicación Social para la Paz, Universidad Santo Tomás, s.p.

Torrice, E. (2010): "Mirar a la comunicación desde la crisis", Preparado para el X Congreso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación, Bogotá, s.e., s.p.

Wallerstein, I.(2003): "El eurocentrismo y sus avatares: los dilemas de las ciencias sociales", s.e. s.c. Preparado para el discurso inaugural de la *ISA East Asian Regional Colloquium*, «El futuro de la sociología en el este de Asia», celebrado el 22 y 23 de noviembre de 1996, en Seúl, Corea. <http://es.scribd.com/doc/50467425/Immanuel-Wallerstein-El-Eurocentrismo-y-Sus-Avatares> (Consultado el 20 de octubre de 2011).

Wallerstein, I. (1996). *Abrir las ciencias Sociales, Informe de la comisión Gulbenkian para la estructuración de las ciencias sociales*, México: Siglo XXI Editores.

Zemelman, H. (2005). *Voluntad de conocer: El sujeto y su pensamiento en el paradigma crítico*, Barcelona: Anthropos.



¿Por qué, cómo y para qué investigar el Sentido?

Propuesta para comprender sujetos sociales y procesos socioculturales desde la comunicación

Mgr. Guadalupe Peres Cajías¹

Resumen

El artículo presenta de manera transversal la necesidad de investigar el Sentido. A partir de ello, se plantea una ruta para investigar esta categoría teórica, compleja por su componente subjetivo y fundamental en los estudios de comunicación, por considerarse –desde las múltiples perspectivas que trabajan la línea de Comunicación y Procesos Socio Culturales– su principal objeto de estudio. La propuesta tiene una base hermenéutica, cualitativa y abductiva y combina, como estrategias investigativas, el Análisis Socio Cultural (con herencia de la etnografía) de Rosana Reguillo (1998) y las Narrativas (sugeridas desde la filosofía hermenéutica) de Paul Ricoeur (1987). Para facilitar la aplicación de las mismas, se proponen las pautas de Edmon Marc y Donique Picard (1989), quienes trabajan la interacción social, así como del sociólogo Franco Ferrarotti (2006), exponente del método del Relato de Vida. Finalmente, para la interpretación, se sugiere la codificación y categorización de Amanda Coffey y Paul Atkinson (2003).

Palabras clave:

Sentido, hermenéutica, cualitativo, abductivo, análisis sociocultural, narrativas, análisis interpretativo, comunicación y procesos socioculturales.

¹ Guadalupe Peres Cajías (La Paz, 1986) es Magíster en Comunicación de la Pontificia Universidad Javeriana (Bogotá-Colombia) y Licenciada en Comunicación Social de la Universidad Católica Boliviana "San Pablo" (La Paz-Bolivia), donde se graduó por excelencia académica.

Trabajó como periodista, consultora, investigadora y docente. Fue invitada a cursos de la Pontificia Universidad Javeriana y de la Universidad Cooperativa, ambas de Bogotá, para exponer sobre la Investigación en Comunicación y sobre Movimientos Sociales y Reforma Agraria en Bolivia.

Actualmente, es la Jefa de Gestión Académica del área de Investigación de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Católica Boliviana "San Pablo", en La Paz. Además, participa en encuentros nacionales e internacionales sobre investigación en comunicación. En 2013 fue invitada por la Asociación Boliviana de Investigadores en Comunicación (ABOIC) para co-coordinar el Grupo de Trabajo 8 (Teorías y Metodologías de la Investigación), en el Encuentro que esa organización realizó junto a la Asociación Latinoamericana de Investigadores en Comunicación (ALAIIC).

I. ¿Por qué estudiar el Sentido?

Esta retadora interrogante ha rondado mi mente en el transcurso de los últimos cuatro años. He realizado permanentes búsquedas bibliográficas y he atravesado una investigación muy particular (centrada en el Sentido de la fiesta en cuatro escenarios contemporáneos), para obtener las respuestas más pertinentes y enriquecedoras. No creo que sean las mejores o las más completas, pero al menos representan un intento por desarrollar el primer paso que cualquier investigador con ansias de focalizar su trabajo en el Sentido debería atravesar: entender su importancia.

En los estudios de comunicación latinoamericanos, el Sentido se postula como una importante categoría desde que Jesús Martín Barbero publica en 1987 el texto “De los medios a las mediaciones”, el cual generaría un giro en las perspectivas investigativas desarrolladas hasta entonces en la región (polarizadas entre los estudios mediáticos “dominantes” y las propuestas de comunicación “alternativas” para el desarrollo de las poblaciones).

En ese texto, Martín Barbero propone desde su sugerente título – y con una clara inspiración en la filosofía hermenéutica y en la semiología– modificar el lugar desde el cual se investiga comunicación. Descentralizar la mirada, puesta tradicionalmente en el aparato, el medio, para posarla en el sujeto, en el proceso.

Desde entonces, muchos perfilan a la comunicación como el escenario de producción, apropiación y reinterpretación del Sentido, con el fin de que los sujetos construyan su visión (dimensión cultural) para poder ser-en-sociedad (dimensión social). Al respecto, el semiólogo francés Eric Landowski establece que el Sentido es “la dimensión experimentada de nuestro ser en el mundo” (Landowski, 1999, p. 43). Por lo mismo, “toda producción de Sentido es necesariamente social (...) y todo fenómeno social es, en una de sus dimensiones constitutivas, un proceso de construcción de Sentido” (Verón, 1996, p. 125).

Profundizando en la construcción social del Sentido y en el Sentido como constructor social, Berger y Luckmann afirman que “la realidad de la vida cotidiana se me presenta como un mundo intersubjetivo, que comparto con otros (...) sé que hay una correspondencia entre mis significados y sus significados en este mundo, que compartimos un Sentido común de la realidad que existe” (Berger y Luckmann, 2003, p. 38). Y sostienen que el lenguaje –la comunicación– es lo que permite construir, expresar y hacer real la subjetividad.

Por lo mismo, retomando a Landowski (1999), se asume que estudiar el Sentido implica comprender aquello que hace que comprendamos las cosas como las comprendemos y no de otra manera (valga la redundancia). Es decir, comprender cómo construimos nuestra visión del mundo —siempre dinámica y alterable por situaciones del contexto o por experiencias individuales— en tensión con otras formas de ver el mundo.

En síntesis, el Sentido, entendido como las significaciones socioculturales en permanente reconstrucción y tensión, subyace nuestras formas de interpretar y actuar en el mundo. Sin el Sentido no sería posible una dimensión práctica del ser social y viceversa.

Para Jorge González, autor mexicano que postula el enfoque teórico de los Frentes Culturales centrado en el Sentido, la justificación de estos estudios radica en que:

“Las crisis remueven estructuras y dentro de la esfera cultural, la construcción del consenso y las identidades que coexisten en una sociedad con una base poblacional tan diversificada constituye un problema de primer orden (...) es urgente saber cómo se ha logrado construir y equilibrar aun precariamente el consentimiento social, dentro de una sociedad bastante desnivelada, pero no sólo desde la escala de las macro estructuras, sino también desde el área de fenómenos, hechos y relaciones más ligadas a la vida diaria y común del grueso de la población (...) El análisis de las culturas contemporáneas debería, entonces, darnos algunas pistas y aportaciones al conocimiento de diversos procesos sociales de construcción de sentido” (González, 1994, p. 62-63).

Éste es el primer punto, y probablemente el más importante, por el cual se debe estudiar el Sentido, pues el mismo permite ver a través de la construcción de significaciones, los procesos socioculturales que develan las temporalidades actuales en las cuales se desarrollan las cotidianidades y avatares de los sujetos. Como afirma Verón (1996), investigar el Sentido particular de un fenómeno (comunicacional), denominado por el autor “producto”, permite dar cuenta del “proceso”, de lo que social y culturalmente hace al sentido. En síntesis, el Sentido nos permite evidenciar ¿quiénes somos? y ¿qué procesos subyacen esa nuestra “cuestión de identidad”²? ¿qué hace que interpretemos el mundo de la manera en que lo hacemos?³ Y cuando hablo en primera persona plural lo hago de forma intencional, pues la investigación sobre el Sentido interpela al mismo investigador y su propia

² Se hace alusión al texto “Cuestiones de identidad cultural” (1996) de Stuart Hall y Paul du Gay.

³ Este punto será profundizado al final del texto.

forma de ver el mundo. Ésa es otra razón por la cual se debe investigar esta categoría.

Como lo plantea la filosofía hermenéutica, para determinar las condiciones donde nace, crece, se manifiesta y libera el Sentido, es necesario comprender que el terreno de la hermenéutica es un espacio de mediación –entre las partes y el todo, entre el lector y la obra, entre los textos y contextos–. Y en esa circularidad de la hermenéutica, el intérprete está en el medio (Pérez de Tudela y Velasco, 1997). Esta postura, curiosamente o no, la comparte el semiólogo cultural Eric Landowski, para quien el Sentido se construye en tensión entre el texto y la experiencia, entre el objeto⁴ y el sujeto, entre lo que se investiga y quien investiga. Por ello, “el Sentido no está (...) ‘para ser cogido’ (como lo estaría un tesoro al remover un poco la superficie), ello se debe a que siempre tiene que construirse: ‘comprender’ no es coger, es hacer, es operar, es construir” (Landowski, 1999, p.42).

De esta manera, se postula un rol mucho más activo del investigador en el momento de emprender un estudio sobre el Sentido, pues la construcción de la respuesta a cualquier pregunta de investigación centrada en esta categoría deberá ser construida también con la mirada, la visión y la interpelación de quien investiga.

Aclaro que la mayor vinculación con lo estudiado no significa que no exista una interpretación crítica de quien estudia. Más al contrario, la comprensión del Sentido implica aquello. Es preciso que el investigador se contradiga y se cuestione permanentemente sobre los hallazgos obtenidos no sólo en relación con el objeto de su investigación, sino con sus propias perspectivas, las cuales probablemente estarán en tensión, complementariedad y contradicción con cada huella o pista de Sentido.

Así, la aproximación y la crítica, que permite este tipo de estudio, no sólo nos enfrenta al escenario investigado, sino a uno mismo. No por nada, quien investiga el Sentido acaba dando cuenta de su propia visión de mundo, de cómo ha llegado a la misma y cómo acaba experimentado la realidad, de acuerdo a aquélla.

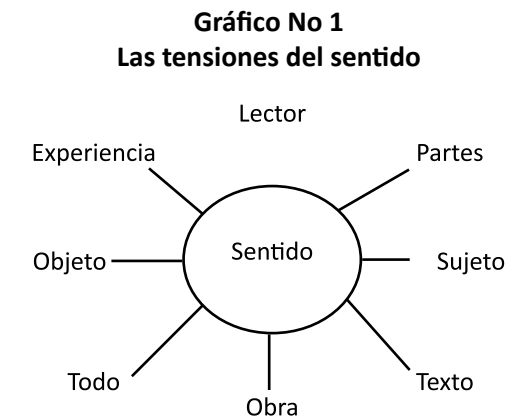
Por las pautas presentadas, considero que trabajar la categoría “Sentido” en la investigación en comunicación es importante al permitir una comprensión –social, cultural, histórica, política y hasta sentimental– de los otros y de nosotros mismos. Sí, digo sentimental porque el Sentido permite abordar sensibilidades, a través de experiencias y relatos, de sujetos y objetos.

⁴ En este trabajo, se asume al objeto desde una perspectiva amplia, vista como el escenario, el fenómeno, el hecho comunicacional a ser estudiado.

Y es en torno a esos elementos, y siguiendo la línea hermenéutica y semiológica, que se justificará la siguiente ruta metodológica como una posibilidad para comprender el Sentido.

II. Las tensiones que constituyen al Sentido

Como advertí anteriormente, una de las características centrales del Sentido es que se construye e interpreta en un escenario móvil, en un proceso permanente de tensión entre elementos usualmente entendidos como opuestos –y, en consecuencia estudiados de esa manera, limitando la comprensión de los fenómenos–. Para entender estas relaciones tensas y complejas, se tiene el siguiente gráfico:



Fuente: Elaboración propia.

El gráfico presentado interpela al investigador –que *está en el medio como intérprete*– para desarrollar una estrategia que permita abordar todos esos elementos, de tal forma que estudiados puedan evidenciar la tensión de la cual cada uno es parte (p.e. sujeto-objeto) y cómo se complementa con las “otras” tensiones (p.e. sujeto-objeto en relación al texto-experiencia), así dejar que emerja el Sentido. Como afirma Jorge González (1994, p.58), “entender esas luchas e inestabilidades (*tensiones*) en la definición plural de significados, es introducirse por completo en el terreno del análisis de la cultura”.

Para algunos, esto sería demasiado complejo e incluso se creería innecesario. Sin embargo, lo que hace diferente a esta categoría frente a otras que toman en cuenta la subjetividad es precisamente eso: la tensión que permite su

construcción. No por nada, tanto Ricoeur como Landowski comentan sobre aquello al describir las características del Sentido. Ambos coinciden en que las construcciones de visiones de mundo, que constituyen ontológicamente a un sujeto, deben estar reflejadas en un objeto (comunicacional) así como el objeto deberá tener su propia evidencia en el sujeto. Por otro lado, también afirman que la experiencia, que se constituye en la práctica social y cultural, está presente en los relatos (textos) que se construyen sobre esas experiencias, así como esos textos constituyen parte del accionar de los sujetos. Así, las partes reflejan al todo y el todo refleja a las partes.

Finalmente, la tensión entre el lector y la obra se entiende por la descripción realizada respecto al rol del intérprete-investigador y la investigación. El Sentido no puede construirse sin que el intérprete sea parte de la tensión que permite evidenciarlo. Aquello que se investiga interpela al investigador y este último participa e incide –no “experimentalmente” como dirían las posturas clásicas, sino subjetivamente– en lo investigado, pues es también un sujeto social, cultural y sensible (aunque se reitera nuevamente que eso no debe limitar su capacidad crítica frente a lo que estudia).

Dicho todo esto se podrá comprender mejor la propuesta metodológica para estudiar el Sentido, descrita con detalle a continuación.

III. Un núcleo hermenéutico, cualitativo y abductivo

Como afirman los especialistas en metodología y en estrategias investigativas, no es posible concretar la búsqueda y comprensión de una categoría teórica en la realidad si no se entiende primero a la misma y se escogen los pasos coherentes y pertinentes para desarrollar la pesquisa. El primer elemento fue desarrollado puntualmente en los anteriores incisos. Ahora, es preciso reflexionar sobre las decisiones más acertadas para comprender el Sentido de forma estratégica, pues la investigación finalmente es eso: la toma consciente y pertinente de una serie de decisiones con la finalidad de responder a una pregunta inspirada en la realidad que habitamos.

En esta propuesta lo primero que se considera necesario es describir el corazón, el núcleo de donde emergerá la ruta investigativa. El mismo está caracterizado por una naturaleza hermenéutica, cualitativa y por un razonamiento abductivo.

¿Por qué el paradigma hermenéutico?

La decisión por el paradigma hermenéutico, como “paraguas” que guíe a una investigación sobre el Sentido, surge por quienes profundizaron la reflexión

sobre esta categoría: los representantes de la filosofía hermenéutica, particularmente Paul Ricoeur. Según Manuel Maceiras, encargado de presentar una edición del libro “Tiempo y Narración”, el autor francés trabaja “la filosofía sobre el sentido del sentido” (1987, p.14). Por ende, la decisión de asumir como paradigma investigativo a la hermenéutica podría ser asumida como obvia. Sin embargo, para no caer en ese término –utilizado constantemente por estudiantes universitarios al realizar sus trabajos de grado– describiré a continuación, de la manera más clara y precisa, la pertinencia de utilizar esta mirada investigativa en la construcción del Sentido.

La hermenéutica básicamente implica interpretación, una interpretación que emerja de los lenguajes y también del accionar de los sujetos. Por ello, se afirma que la misma permite comprender las realidades construidas a partir del ser y el decir (relacionados permanentemente). Ahí se centra la propuesta de la hermenéutica “moderna”, llamada así por Ricoeur en “El Conflicto de las Interpretaciones. Ensayos de Hermenéutica” (2003). Caracteriza a la misma como el mecanismo que permite, a diferencia de otras propuestas, crear para comprender y comprender para crear.

Por eso, va a resaltar la “interpretación creativa”, la cual no se queda en un plano contemplativo, ni siquiera en uno reflexivo, sino que pretende ir más allá, pretende una construcción.

Esta propuesta es producto de un recorrido sobre la historia de la comprensión del ser y del ser en el mundo (a través de Aristóteles, San Agustín, Husserl y Heidegger, entre los más importantes), a partir del cual Ricoeur concluye 1) La necesidad de la objetivización en la fenomenología husserliana. 2) La necesidad de profundizar, a través de la metáfora, el análisis lingüístico estructuralista. 3) El amplio valor de la interpretación de los mundos simbólicos, donde actúan los sujetos. 4) La importancia de la narración para la comprensión de los sentidos, constructores esenciales del ser-en-el-mundo.

En síntesis, la hermenéutica es escogida como paradigma por la posibilidad de comprender y construir el Sentido en su complejidad, dadas las tensiones descritas anteriormente. Incluida la del lector, donde la interpretación creativa tiene una importancia considerable.

A partir de ello, el enfoque de un trabajo sobre el Sentido no tendría coherencia con una mirada cuantitativa, pues no busca determinar cifras ni tendencias, sino evidenciar y construir pistas y comprensiones sobre los procesos que hacen al Sentido.

a. La necesidad de una mirada cualitativa

El debate sobre lo cualitativo y lo cuantitativo ha sido característico en la historia de las ciencias sociales. Sin embargo, de un tiempo a esta parte, esa pugna parece haber encontrado su resolución en el muchas veces cómodo enfoque mixto. Resalto lo cómodo de esta postura, pues algunos optan por asumir la misma para evitar defender una decisión central al encarar investigaciones sociales: el enfoque.

Ciertamente, comparto con aquellos que afirman que la realidad no está constituida sólo de números o tendencias, ni tampoco de palabras y descripciones. Finalmente, la realidad es compleja y tampoco está compuesta sólo de lo social, sino dónde quedarían los planos de lo físico o lo biológico. No obstante, insisto en que las investigaciones deben tomar en cuenta el componente que pretenden comprender en la realidad para tomar decisiones al respecto.

No niego que lo cuantitativo o lo mixto, apropiadamente utilizados y justificados, sean considerablemente útiles para encarar investigaciones sociales. Pero en los estudios comunicacionales que estén focalizados en lo subjetivo como parte de la construcción de los sujetos sociales, considero que la decisión por una mirada exclusivamente cualitativa es la más pertinente. Más aún en el caso de las investigaciones sobre el Sentido, pues como se mencionó anteriormente, el mismo no está para ser determinado, ni siquiera encontrado, sino para ser comprendido y construido.

Asimismo, lo cualitativo da el espacio necesario para ese tránsito permanente, ese ir y venir, esa movilidad que requiere el lector de la obra, al cual hemos hecho referencia en varias ocasiones en este artículo, para ir recorriendo aquellas tensiones que forman parte del Sentido. Por último, porque la investigación del Sentido no sólo pretende dar pautas de un elemento construido, sino de una serie de procesos que permiten su construcción, lo cual también se logra a través de una mirada cualitativa.

A continuación, se precisará otra característica de esta propuesta, que también es parte de un debate histórico.

b. ¿Deductivo o inductivo... será esa la cuestión?

Otro debate histórico en las ciencias sociales está focalizado en el razonamiento que guía a una investigación. Para muchos, la deducción es la mejor forma de resolver interrogantes en la realidad, al partir de la hipótesis construida de una

teoría para ser refutada o comprobada en una investigación empírica. Pero para otros tantos, la inducción, que parte de un caso específico investigado para generar una serie de conceptos generalizables, es la mejor opción. Sin embargo, pocos consideran otras opciones que no estén polarizadas entre esas dos, pocos consideran por ejemplo a la inferencia abductiva.

Para Norman Blaikie (2010), el método abductivo permite generar explicaciones sociales científicas desde explicaciones cotidianas. Pero sobre todo, se caracteriza porque esas explicaciones (en el caso que nos compete en este artículo comprensiones) emergen en la investigación como posibles respuestas a las preguntas que se van evidenciando en el proceso. Esto permite un razonamiento en permanente construcción que parte de las huellas que se van encontrando en el trayecto. Por eso, la inferencia abductiva se considera pertinente para investigar al Sentido.

Además, porque la sorpresa es parte del “detonador abductivo” (Soler, 2012, p.7). Esa sorpresa se generaría en el proceso investigativo comunicacional, dando lugar a una serie de dudas e interrogantes que finalmente permitan la construcción de comprensiones sobre el fenómeno particular investigado. Esto estaría en directa relación con el proceso reflexivo y la “interpretación creativa” de la cual habla Ricoeur.

Por otro lado, es importante destacar que la lógica abductiva tiene un doble carácter “intuitivo y racional” (Ibídem). Aunque esto es parte de un debate, principalmente entre los lectores de Pierce (uno de los impulsores de este tipo de inferencia), se considera importante reconocer sobre todo el carácter intuitivo, pues aquello también estaría en relación directa con la investigación del Sentido, donde hay movilidad, donde el lector se ve interpelado y actúa no sólo como observador, sino como creador (retomando las pautas de Landowski y Ricoeur sobre el intérprete del Sentido).

En consecuencia, se sugiere trabajar y profundizar en la comprensión del razonamiento abductivo para las investigaciones comunicacionales sobre el Sentido. Pues en las mismas no se buscan “comprobaciones” como lo hace el proceso deductivo, pero tampoco se parte únicamente de una evidencia particular para generar un conocimiento más general. En la comprensión y construcción del Sentido hay movilidad porque la misma categoría hace referencia a aquello y el proceso abductivo permite desarrollar ese necesario y permanente desplazamiento.

De esta manera, he caracterizado el centro, el núcleo o bien, tomando en cuenta el concepto de “ruta metodológica”, el puerto de salida de una

investigación focalizada en el Sentido. A continuación, describiré la ruta en sí misma y los elementos que la caracterizan para finalmente llegar a un destino, ese lugar donde una vez investigado el Sentido se lo plantea como elemento comprensivo de los procesos que atravesamos como sujetos.

IV. Inicia el trayecto para comprender el Sentido

Ante la complejidad de la categoría del Sentido, y tomando en cuenta su origen hermenéutico y las pautas presentadas anteriormente, se sugiere dividir la investigación en tres partes. La primera, dividida en dos momentos, se focalizará en comprender al objeto, la experiencia y el todo; la segunda, también dividida en dos, contemplará al sujeto, al texto y a las partes; finalmente, se desarrollará un proceso de construcción de resultados investigativos que permitan abordar al lector (investigador o, mejor aún, intérprete) y su relación con la obra.

a. Observando y experimentando el objeto

Como bien explicaba Ricoeur, el Sentido no se logra comprender sin contemplar la “objetivación del mismo”, es decir, sin la “puesta en escena” de las subjetividades y significaciones que guían nuestra experiencia en el mundo. Por ello, se propone aplicar el análisis sociocultural, planteado por Rosana Reguillo (Reguillo, 1998, p. 22) con los siguientes pasos:

- a) Análisis social, que permite entender y ubicar las formas, cómo se van gestando los procesos de significación y acción.
- b) El análisis simbólico (comunicacional), que posibilita entender las prácticas culturales como construcciones simbólicas específicas dentro de un sistema determinado.
- c) La interpretación, que es el lugar donde se encuentran los dos análisis anteriores, que de manera rigurosa, pero imaginativa, pueda dar cuenta de la franja simbólica, analizada de manera global.

Esta propuesta tiene una herencia evidente de Clifford Geertz (2003), quien propuso la interpretación de las culturas a través de un análisis de significaciones, desde una descripción densa, producto de un proceso de observación, encuentro y experiencia del investigador en el escenario sociocultural de su interés.

Por lo mismo, el método propuesto para la comprensión del objeto del Sentido es la “etnografía”⁵, desarrollada en dos momentos, uno de aproximación y primeras descripciones y otro que permita la comprensión de aquello que se observa y experimenta en un escenario, a través de las descripciones realizadas.

En esta primera etapa del trayecto propuesto, será importante identificar, a través de las entrevistas y las observaciones, a un actor que sea representativo de la trama investigada para luego acompañarlo en su devenir social en la misma para, posteriormente, entrevistarlo como sujeto-relator en la segunda etapa de la ruta investigativa (inciso b). De esta manera, habrá un protagonista clave que nos permita cruzar las tensiones presentadas anteriormente.

Esa es la estrategia general para la primera parte de la investigación. Ahora, surge la pregunta clave en cualquier investigador: ¿Cómo hacer real esta propuesta?, ¿qué observar, qué preguntar (se), cómo organizar las observaciones y entrevistas, cuántas veces hacerlas? En el caso de la investigación sobre el Sentido, se ha visto de gran utilidad servirse de los aportes de Edmond Marc y Dominique Picard, quienes basados principalmente en Erving Goffman, construyeron una interesante propuesta para abordar la Interacción Social. La misma propone una actitud metodológica que tenga las siguientes características esenciales (Marc y Picard, 1989, p.13):

- a) Confiere primacía a una vía de observación y de descripción que se apoya en diferentes formas de registro.
- b) Privilegia una observación “naturalista”, un trabajo de campo que se esfuerza en aprender y analizar las situaciones de la vida cotidiana, las interacciones “reales” y “auténticas”.
- c) Se integra en el proceso de comunicación considerado como un fenómeno global que integra muchos modos de comportamiento.
- d) Implica en la construcción del objeto el abandono del sujeto monádico en provecho de la interacción.

Esa podría ser una primera pauta para cómo hacer real la estrategia planteada. En el caso de la interrogante por el qué se observará, Marc y Picard consideran importante la descripción y comprensión de tres elementos que hacen la situación de la interacción: el Marco, la Escena, los Rituales y el Contexto.

⁵ Pongo “etnografía” entre comillas pues si bien el ejercicio que se propone tiene bases en este método investigativo, también tiene ciertas diferencias con el mismo y no quisiera que colegas que creen en la clásica etnografía se vieran contradecidos por lo que aquí se plantea.

El estudio del Marco implica observar el espacio físico y temporal en el cual se construyen las interacciones (Ibídem, p.77), que a su vez hacen al mundo de la acción, a la objetivación del Sentido. Ahí estarían los primeros elementos a considerarse en la observación: el lugar y el tiempo. Es importante que esta descripción tome en cuenta los elementos sociales y culturales que hacen que ese lugar y ese tiempo sean como son. Es decir, que no se consideren estos elementos de forma *vacía*, sólo para llenar la libreta del investigador, sino en relación con los propósitos de la investigación.

La Escena alude directamente a los actores, a la relación que los une, las formas en las cuales se encuentran en un determinado escenario, los motivos y expectativas que los impulsan a asistir al mismo. Además, es clave considerar en esta descripción al performance de los actores, de qué hablan y cómo se comunican, verbalmente o no, intencionalmente o no.

Esto está estrechamente vinculado con el tercer punto planteado por los autores, los Rituales, pues los mismos son las prácticas ejecutadas por los actores que evidencian un sistema de reglas y normas culturales que rigen las relaciones sociales. En este caso, el investigador deberá observar detenidamente qué acciones son reiterativas en los actores y aparentan estar sujetas a una convención social, para luego interrogar a los protagonistas del escenario al respecto.

Finalmente, se plantea el estudio del Contexto⁶ institucional, es decir la descripción sobre las condiciones sociales que hacen a los escenarios construirse como lo hacen. En esta parte es fundamental preguntarse por el grupo social al cual representan los actores del escenario, que puede ser más que un grupo por supuesto. Y ese dato de unicidad o multiplicidad de grupos sociales que habiten un escenario podría dar pautas precisas del Sentido que se construye en el mismo.

En este punto, se debe tener particular cuidado con las preguntas que se planteen a los protagonistas, pues la auto identificación de grupo social no siempre es un proceso sencillo o incluso sincero por las susceptibilidades que se producen al ser evidenciado como parte un grupo o de otro. Por ello, propongo que para dar con este punto, se hagan preguntas más abiertas que ayuden a construir el grupo social de los actores sin la necesidad de hacer la incómoda y, probablemente poco fructífera pregunta: “¿A qué grupo social perteneces?”. Asimismo, la observación de los lenguajes y el escenario, en

fin, de todos los puntos mencionados anteriormente también podrán servir para comprender el contexto institucional. Por lo mismo, lo pongo como último índice en la propuesta de Marc y Picard.

En síntesis, respondiendo a la interrogante planteada: ¿Qué observar y qué preguntar (se) para hacer real el análisis sociocultural?, los principales elementos serían: el lugar y el tiempo (vinculado al contexto sociocultural) en el cual se sitúa el escenario, objeto estudiado; los actores que participan en el mismo (sus formas de ser, de relacionarse, sus motivaciones y expectativas para asistir a ese espacio social); las prácticas reiterativas que se conciben como rituales por su carga simbólica y normativa que guía los comportamientos de los protagonistas; el grupo social al cual pertenecen los actores que contribuirá a la comprensión de cómo aquéllos y ese escenario llega a construirse como se construye.

Respecto a la pregunta de cómo organizar el proceso “etnográfico” que hace al análisis sociocultural, como método para analizar el objeto del Sentido, sugiero releer lo planteado en páginas anteriores por Marc y Picard con relación a la “actitud metodológica”. La importancia de observar de forma natural permite que se comprenda con mayor amplitud y profundidad aquél “todo” que constituye al Sentido. Por lo mismo, el investigador no sólo debe ser testigo de las acciones, sino parte de ellas y eso le permitirá abordar otro de los elementos que constituyen al Sentido: la experiencia.

En consecuencia, antes de planificar las observaciones sugiero que las mismas sean organizadas en dos dimensiones: el escenario, donde se describan todos aquellos elementos planteados, y la experiencia, donde se narre cómo se ha sentido el investigador, qué ha experimentado en su participación de la acción. Este último punto será de vital importancia para la construcción del Sentido, pues no se debe olvidar que la relación del intérprete con la obra es una de las tensiones que constituyen a esta categoría.

Asimismo, las entrevistas deben ser realizadas con naturalidad y dinamismo para no interrumpir a la acción de los protagonistas del escenario. Por ello, las preguntas deben ser fáciles de responder, abiertas y al mismo tiempo concretas (¿por qué te gusta venir aquí? ¿qué esperas al venir aquí? etc.). El actor entrevistado debe sentirse más en una conversación casual, que podría tener con cualquier otro que habite el escenario, que en una entrevista demasiado formal donde se sienta cohibido y poco relajado.

El cronograma de visita al escenario observado deberá ser organizado con relación al espacio investigado, a las posibilidades del investigador, al nivel

⁶ En el texto original de Marc y Picard, el contexto está antes que la presentación de los rituales. Sin embargo, he considerado más pertinente este orden. En el texto se presentan las razones.

de profundidad del trabajo y, sobre todo, a las evidencias que se vayan construyendo en el trayecto. Es decir, no hay una planificación per se que pueda ser uniforme para toda investigación focalizada en el Sentido, dependerá en cada caso. Sin embargo, considero que las siguientes recomendaciones pueden ser útiles en este punto.

A diferencia de los clásicos etnógrafos, no creo que haya una mínima cantidad de visitas o de tiempo de observación, pero tampoco creo que una observación de quince minutos sea suficiente para llegar a comprender las dinámicas comunicacionales y socioculturales que constituyen al Sentido. Éste es móvil y dinámico, para comprenderlo hay que protagonizar el cambio, la permanencia y/o la contradicción entre un día y otro, entre una hora y otra, entre unos actores y otros. No sólo por los cambios del escenario, de la obra, sino también de quien investiga, del intérprete. Finalmente, lo que más debe importar no es cuántas sino cómo se hacen las aproximaciones al escenario estudiado. Esto implica el nivel de profundidad y de agudeza con el cual se hagan las observaciones, las entrevistas, así como el análisis e interpretaciones de las mismas y, por último, los silencios que se produzcan entre una visita y otra. Por ello, precisé que el análisis sociocultural se dividiera en dos momentos, para que pueda existir ese ir y venir que exige el Sentido para poder ser comprendido y que responde al razonamiento abductivo propuesto.

Todo lo planteado se complementa con la sugerencia de Ricoeur, quien sugiere comprender el campo práctico, de donde surgen las narraciones y donde van a producirse, desde las estructuras inteligibles, los recursos simbólicos y el carácter temporal de los actores. Es decir, comprender la construcción de la trama en la cual el sujeto actúa.

Se considera que la misma se podría alcanzar a través de descripciones, que posteriormente generen pistas de sentido. Para ello se va a plantear una semántica de la acción, que perciba agentes, circunstancias e interacciones. Las preguntas van a ser el ¿Qué? ¿Quién? ¿Cómo? ¿Con o contra quién? de la acción.

Además, el campo práctico de la narración se va a manifestar a través de las mediaciones simbólicas, vinculadas a los signos, reglas y normas. Elementos que construyen los rituales y a su vez, aquéllos, un culto, el cual implicará una red simbólica de la cultura. Así, se propone que para la comprensión de una estructura cultural se vean las acciones que practica un sujeto. “Un sistema simbólico proporciona así un contexto de descripción para acciones particulares. Podemos interpretar tal gesto “con arreglo a” tal convención

simbólica, según el contexto (...). Antes de someterse a la interpretación, los símbolos son “interpretantes” internos de la acción” (Ricoeur, 1987, p.125).

En consecuencia, Ricoeur llama a no confundir la textura de la acción, donde “los símbolos proporcionan las reglas de significación” (Ibídem, p. 125-126), con el texto etnográfico, que escribe el etnólogo, “escrito en categorías, con conceptos y sobre la base de principios nomológicos” (Ibídem, p. 125-126). Por lo mismo, se sugirió que las observaciones de los fenómenos comunicacionales que piensan ser estudiados sean organizadas en dos dimensiones para su posterior análisis (el escenario y la experiencia) y en dos momentos.

En conclusión, el análisis sociocultural es una opción pertinente y enriquecedora para dar cuenta de la puesta en escena del Sentido. En esta primera parada es importante recordar la actitud metodológica sugerida por Marc y Picard (1989), así como las tensiones que conforman esta parte del recorrido (objeto, la experiencia, el todo) para no perder de vista en qué se tiene que focalizar uno como investigador. También, es importante recordar que en esta etapa se deberá escoger –bajo criterios investigativos, pero de forma subjetiva– un sujeto que pueda contribuir como un puente entre el terreno de la acción y el de la construcción del relato⁷, por fuera del escenario.

Asimismo, cabe resaltar la importancia de dividir esta etapa en dos momentos. El primero de aproximación, donde se generen las primeras descripciones, comprensiones y también incertidumbres e interrogantes para posteriormente reflexionar al respecto en un intervalo. Durante el mismo se deberán analizar los hallazgos, interpretarlos y con algunos elementos clave identificados y unas pocas comprensiones construidas, retornar a aplicar el segundo momento, que permitirá constatar o, mucho mejor, contradecir aquello que habíamos imaginado luego del primer momento. Digo mucho mejor, porque la realidad es necesariamente contradictoria y móvil. El reto será entonces dar cuenta de esa movilidad. Por lo mismo, el trayecto planteado no concluye aquí.

b. Profundizando en la comprensión del sujeto

En páginas anteriores, advertí que la construcción del Sentido, desde la filosofía hermenéutica, se evidencia en el decir de los sujetos sobre su accionar en el mundo en el cual habitan, así como en el ser de aquello que se relata. Por lo mismo, desarrollé todo el anterior punto focalizado en la objetivización del Sentido, en lo que Paul Ricoeur nombró como Mémesis I

⁷ Este punto será profundizado en el siguiente acápite.

en “Tiempo y Narración”, donde se actúa y se habla de aquel fenómeno que se está investigando, mientras se está en el campo de la acción. Ahora, en este punto describiré cómo el investigador del Sentido podría dar cuenta del mismo a través del relato de los sujetos, fuera del terreno de la acción, de la trama, sólo con sus memorias y su forma de interpretar su mundo a través de una construcción narrativa.

Para ello, es clave la recomendación planteada anteriormente: durante la aplicación del análisis sociocultural, de la investigación del objeto, se deberá elegir a un sujeto protagonista del mismo, constitutivo de ese todo, al cual se acompañe en su accionar, en su experiencia, para luego contrastar aquello con su subjetividad, su singularidad, evidenciados en su propio texto. Así, dar cuenta de las tensiones que aún faltan construir: el sujeto (frente al objeto), constituido como una parte (frente al todo) y expresada en un texto (con relación a la experiencia). El método propuesto para esta segunda parte es el relato de vida, vinculado directamente al objeto y también distanciado del mismo.

“Es el relato, la trama narrativa el medio privilegiado para esclarecer la experiencia temporal inherente a la ontología del ser-en-el-mundo” (Maceiras en la Introducción de “Tiempo y Narración” 1987, p. 28). Es decir que la narración construida se constituye en un elemento central en el proceso por comprender el Sentido.

El investigador colombiano Germán Muñoz coincide con este planteamiento al afirmar que “hablar es producir sentido” (Muñoz, 1995, p.240) e indica que para responder a las interrogantes sobre quiénes somos, qué queremos, “qué somos los unos para los otros (...) toda sociedad debe definir su ‘identidad’, su articulación en el mundo, sus relaciones, necesidades y deseos (...) respuestas satisfactorias a estas preguntas se ubican en la dimensión de las significaciones profundas, en el nivel de lo simbólico(...) el espacio en donde metafóricamente se entiende mejor esta función simbólica es en el relato” (Muñoz, 1995, p.240).

Además, agrega que en el relato se construyen redes de personajes y actos, así como sistemas de significaciones, desde donde el sujeto narrador va a reconocer el sentido de su experiencia cotidiana y así, articularla a lo simbólico. Pero para que ello ocurra, nuevamente coincidiendo con Ricoeur, va a plantear la importancia del relato a través del tiempo. De esta manera, se advierten dos características del relato que contribuye al ejercicio por construir el sentido, el tiempo (lo histórico), y lo metafórico (lo “poético”). Mientras que la primera dimensión va a tener una pretensión de indicar lo

que es “real”, la segunda va a ser una expresión de la abstracción. A esto, Ricoeur llamará la “referencia cruzada”.

El relato histórico se refiere a aquella construcción (entiéndase como parte de un proceso interpretativo), que hace el sujeto sobre los capítulos centrales que han atravesado su devenir en el mundo. La historia contada se convierte así en el conjunto de narraciones en las cuales el sujeto se ve incluido en el universo del cual forma parte. Y en este punto central es donde emerge el Sentido, pues el narrador no hará referencias a aquello que no considere importante o a lo que no le atribuya cierto Sentido. Las significaciones que constituyan la visión del sujeto emergerán a medida que se produzca un relato visto a través del tiempo. Un tiempo que deberá ser construido entre el pasado-presente y futuro, pero no necesariamente en ese orden secuencial. La manera en la cual el sujeto presente su futuro, pasado y presente (tratando de evidenciar que es posible no seguir la clásica cronología), también dará pautas del Sentido que atraviesa a ese sujeto.

Es importante aclarar que este relato tiene comillas intencionales en lo “real” del mismo, pues puede darse el caso de que no todo lo que se cuente haya ocurrido exactamente como se lo presenta. Sin embargo, eso no debe ser relevante para el intérprete de esta interpretación histórica narrada, debido a que la comprobación no es uno de los propósitos de la investigación sobre el Sentido. Lo que aquí interesa es evidenciar a qué hace referencia el narrador, a quiénes, a qué escenarios particulares, a qué momentos, etc. Asimismo, es clave para la comprensión del Sentido, dar cuenta de cómo narra todo aquello, cómo hace la construcción del relato, qué elementos utiliza para hacer comprender al locutor aquello que quiere contar. En este punto, surge la necesidad de contemplar la segunda característica del relato: la metáfora. Un maestro colombiano de filosofía decía alguna vez: “Mi modo de estar en el mundo es la forma en la cual narro el mundo”. Esta frase es clave para llegar a construir el Sentido que atraviesa al sujeto; advierte la importancia no sólo del qué, sino del cómo del relato. A partir de ello, se hace más clara la propuesta de tomar en cuenta la metáfora, planteada por Ricoeur y Muñoz.

La metáfora permite contar de forma indirecta aspectos, características, atributos y sensaciones de nuestra experiencia en el mundo, y del mundo en el cual habitamos que no podrían ser dichas de otra forma.

Esta “referencia metafórica” propone que la comprensión de los relatos sepa transportarse a un ámbito más abstracto que el histórico, pero igualmente de importante para evidenciar el Sentido que subyace a las visiones de mundo que construye el sujeto narrador. Esa importancia radica en que, al contar el

cómo del ser o el cómo del ver de este sujeto, se pueda encontrar una ruta directa a sus maneras de interpretar el mundo. Finalmente, el relato es eso: una interpretación, una construcción realizada para evidenciar quiénes somos o quiénes pretendemos ser. El reto está en saber proponer las condiciones de ese relato y, sobre todo, en saber identificar los elementos que hagan referencia a la memoria y a la poética del sujeto narrador. En sí, en cómo construir la situación para que exista el relato. Aquello será descrito en las siguientes líneas.

La pregunta por quién será el sujeto narrador de nuestro trabajo fue resuelta en términos generales anteriormente. En todo caso, valen algunas recomendaciones al respecto. Este sujeto debe estar de acuerdo con que el investigador pueda acompañarlo en su accionar dentro de la trama investigada. Por lo mismo, el lector de la obra deberá generar un proceso de acercamiento paulatino y pertinente con ese sujeto para llegar a cierto punto de familiaridad con el mismo. Luego de haber sido testigo de la experiencia de este sujeto como parte del todo que hace al objeto⁸ y de haber entablado conversaciones, narraciones, dentro del terreno de la acción como parte de un primer acercamiento al relato de este sujeto, será más viable establecer un escenario apropiado para desarrollar el “relato de vida”.

Esta forma de llamar a esta narración no es una construcción fortuita, la plantearon algunos investigadores sociales como un método que permitiera dar cuenta de procesos socioculturales a través de narraciones autobiográficas. Es “una entrevista que busca conocer lo social a través de lo individual. Por eso se sustenta en la experiencia del individuo, no teniendo que ser este último una persona en particular ni especial, ya que sólo basta con ser parte de la comunidad a la cual se estudia (...) se busca más bien a alguien común, a alguien anónimo” (Díaz, 1999, s.p.).

La autora citada sostiene sus afirmaciones en la propuesta del sociólogo italiano, Franco Ferrarotti, para quien “es posible leer una sociedad a través de una biografía” (Ferrarotti en entrevista con Iniesta y Feixa, 2006, p.11). Este autor propone que los relatos de vida no son únicamente una técnica o instrumento, sino una concepción epistemológica de lo que es hacer investigación. Considera que el estudio de las ciencias sociales debe dejar de ser entendido como una relación investigador-objeto para entenderse como una de sujeto-investigador a sujeto-narrador. Para tal fin, propone la construcción de autobiografías, donde los sentires, problemas y realidades emerjan desde las narraciones de los propios sujetos que los viven, para

posteriormente ser interpretadas por el investigador, sin necesidad de ser validadas por otros datos empíricos.

“Había sólo una vía para recuperar críticamente ciertos instrumentos de análisis y era precisamente la de las historias de vida. Las historias de vida respetan el momento imprevisible del comportamiento: se acepta a la persona como tal, no se la mediatiza para hacerla entrar en las casillas del cuestionario. Después, una vez se ha expresado, viene el momento interpretativo, propiamente hermenéutico, en el que puedo hacer intervenir parámetros de catalogación relativos. De esta manera consigo ligar teoría e investigación, hacer convivir el elemento empírico y el teórico. Pero, naturalmente, dejando siempre abierto un gran espacio para lo imprevisible, para el momento problemático, para aquello no exactamente definible a priori” (Ferrarotti, 2006, p.6).

En cuanto al método a seguir para la construcción de los relatos de vida, Ferrarotti admite la dificultad de establecer unas reglas precisas para tal fin. Añade que es importante que cada investigador plantee su metodología, dependiendo el tema y los sujetos a investigar. Sin embargo, en líneas generales, considera que además de obtener la autobiografía de los sujetos narradores, se debe tener en cuenta una observación participante, así como una convivialidad previa y posterior a la grabación de la historia. Y señala que para el análisis deberán ser tomadas en cuenta las contextualizaciones espacio temporales que rodeen al tema y al sujeto a ser analizado.

A partir de ello, se evidencia las razones de la elección de Ferrarotti, entre otros tantos exponentes del método del relato de vida. La propuesta del sociólogo italiano es coherente con el trayecto descrito en este documento porque plantea al sujeto (véase lo singular) como reflejo de la construcción sociocultural (véase como el todo-objeto)—sin que tenga que ser representativo (en los términos clásicos estadísticos); al texto como reflejo de la experiencia y a la necesidad de vincularlos y al respeto que se debe tener al sujeto cuando construye su relato.

Para ello, el locutor del relato deberá permanecer exactamente así, como un locutor, cuyas intervenciones sólo sean para plantear las pocas interrogantes que caracterizan al relato de vida. Las mismas probablemente sean: ¿Quién eres, cómo te describes, cómo eras en el colegio, a qué te dedicas ahora, etc.? Preguntas muy casuales que pueden ser formuladas relacionadas, directamente o no, al interés del investigador (es decir al objeto, escenario comunicacional estudiado). ¿En tu niñez, qué fiestas hacían? (por ejemplo, si la fiesta sería el objeto). La reunión probablemente dure varias horas y el locutor debe estar dispuesto a escuchar el relato, en sus contradicciones,

en sus *ires* y *venires* en el tiempo y en sus referencias metafóricas, descritas anteriormente. El relato debe fluir, eso es lo importante.

Como un complemento a ese relato “presenciado”, se sugiere que el sujeto narrador construya un texto sobre su cotidianidad, separado del locutor, donde precise su accionar cotidiano; una especie de diario que narre su experiencia de ser en el mundo en el día a día, sin ninguna pregunta de por medio ni una grabadora. Sólo el sujeto y su texto. Esto se sugiere pues permite evidenciar aún en mayor profundidad quién es el narrador, pero sobre todo cómo se narra. Así, dar cuenta del Sentido que lo atraviesa. Esos textos posteriormente serán entregados al investigador para su posterior interpretación.

Para concluir, otro elemento que vincula a Ferrarotti con esta propuesta es que también considera que finalizado el trabajo de observación, de obtención de relatos, llega el momento interpretativo, el hermenéutico, aquel que Ricoeur planteaba que estaba en el centro de la construcción del Sentido. Ésa es nuestra siguiente parada.

V. Ser-Decir-Interpretar

Hasta aquí he planteado dos paradas que permitan al investigador en comunicación comprender el Sentido, aquella que está vinculada con el mundo de la acción, con la objetivización del Sentido y la que permite focalizarse en el sujeto, de forma más profunda, a través de la obtención de su relato de vida, construido frente al investigador locutor y únicamente por el sujeto en textos que se constituyen una especie de diario de la cotidianidad. Ahora, con las transcripciones realizadas y el material “en bruto” pulido, toca desarrollar el paso que permitirá alcanzar la propuesta hermenéutica, donde se interprete y se construya el Sentido de aquel fenómeno investigado. Esta parada es probablemente la más retadora de todas. Como bien se indica en un texto de metodología cualitativa:

“Para los científicos sociales, las experiencias particulares de las personas, recogidas a través de las historias de vida representan la posibilidad de recuperar los Sentidos, vinculados con las experiencias vividas (...) Pero a la vez que permiten vislumbrar un mundo de significaciones, en ocasiones en torno a la intimidad, plantean también el desafío de volver a insertar los sentidos individuales atribuidos a la experiencia en el contexto social en el que ellos surgen, única vía de trascender lo particular y construir un saber más denso sobre lo social” (Kornblit, 2007, p. 15).

¿Cómo insertar entonces esos relatos particulares en las descripciones realizadas a través del análisis sociocultural? ¿Cómo ir comprendiendo el

vínculo entre las tensiones vistas en el momento “etnográfico” y las vistas en las “autobiografías”? ¿Cómo develar el Sentido y cómo interpretarlo para construirlo y evidenciarlo en un documento investigativo? Estas inquietudes parecen muy complejas para ser resueltas; sin embargo, es preciso recordar que uno de los retos de quien investiga el Sentido es ese, la complejidad.

Antes que nada, el lector de este artículo deberá saber que esta parada no está del todo, “al final del viaje”, aunque esté mencionada como penúltimo punto. Esto parece contradictorio; sin embargo, aquél que haya seguido con atención todo este recorrido podrá evidenciar que el trabajo interpretativo inicia desde el primer acercamiento, la primera observación, la primera entrevista, pues eso hace el trabajo del lector de la obra, del intérprete. Por lo mismo, durante todo el trayecto que implica la construcción del Sentido, el investigador deberá ir anotando y reflexionando sobre pistas que le permitan reconocer aquello que se vincula al proceso de construcción de significaciones socioculturales que constituye la visión de los sujetos y, por ende, su forma de ser-en-sociedad, es decir al proceso de construcción del Sentido.

No obstante, queda claro que hay ciertos momentos donde el proceso analítico interpretativo es aún mayor y más complejo. Describí uno de ellos en el acápite del análisis sociocultural. En esas líneas, especificaba que entre un momento “etnográfico” y la aplicación del siguiente, se debe tener una pausa, un “silencio” que permita construir ciertas comprensiones y varias incertidumbres sobre lo observado y, no hay que olvidar, sobre lo experimentado. Este ejercicio abductivo permite al investigador retornar a la investigación con preguntas más precisas y con elementos sujetos a ser nuevamente evidenciados o contradichos por la móvil realidad social. Luego, al concluir la segunda etapa propuesta para comprender el mundo de la obra y al sujeto situado en el mismo, se deberá proceder a una tarea similar para posteriormente encarar los relatos de vida. Es decir, se deberá tener una pausa interpretativa. Lo propio sugiero que se realice una vez se concluya la revisión de los relatos de vida –presenciados por el investigador y las que se construyen sin su presencia–.

Estos intervalos son de considerable importancia para el ejercicio hermenéutico y se sugiere que se realicen entre la aplicación de un método y otro, y entre los momentos que se dividan para esas aplicaciones –en este caso he sugerido cuatro: los dos primeros vinculados al análisis sociocultural (uno de acercamiento y primeras comprensiones del mundo de la obra y otro de profundización en las comprensiones del mismo) y los dos siguientes focalizados en los relatos de vida de sujetos sobre el terreno de la acción, pero fuera del mismo (uno presenciado por el investigador como locutor y

otro, construido solo por el sujeto narrador en textos)-. Esta sugerencia se justifica porque eso permite el trabajo constructivo-creador que debe realizar el investigador sobre el Sentido. Como bien afirmaba Landowski (citado en páginas anteriores), esta categoría no está para ser hallada, sino para ser construida.

El mecanismo para iniciar ese proceso es el que plantea Amanda Coffey y Paul Atkinson en su texto “Encontrando el sentido a los datos cualitativos”. Ellos proponen una forma de organizar y analizar los datos cualitativos a partir de la codificación y categorización. Este proceso es usualmente conocido como la forma de “condensar el grueso de nuestros datos en unidades analizables, creando categorías con ellos o a partir de ellos” (Coffey y Atkinson, 2003, p.31), a partir de los comunes denominadores que se evidencien en los datos obtenidos en la investigación. Sin embargo, los autores proponen que no se asuma esta tarea desde un punto de vista mecánico, sino que implique una reflexión profunda y hasta creativa sobre los mismos.

“La codificación no debe verse simplemente como la reducción de los datos a una serie de denominadores comunes más generales sino que se debe usar para expandir, transformar y reconceptualizar los datos abriendo más posibilidades analíticas (...) En este caso, la codificación busca ir más allá de los datos, que se piense de manera creativa con ellos, se les formulen preguntas y se generen teorías y marcos conceptuales (...) Es especialmente importante evitar su uso sólo para aplicar etiquetas determinísticas y simplistas a los datos (...) La codificación cualitativa se debe concebir como una tarea esencialmente heurística” (Coffey y Atkinson, 2003, p.35-36)⁹.

Para ello, considero importante rescatar los aportes de Wolcott (1994), uno de los autores citados y utilizados en Coffey y Atkinson (2003), pues establece tres pasos claves y bien ilustrados para desarrollar este proceso: 1. La descripción, donde los datos hablan por sí mismos y el investigador responde ¿qué está sucediendo en los textos? 2. El análisis, un proceso a través del cual el investigador expande y extiende los datos más allá de la narración descriptiva. Aquí se identifican los factores claves y las relaciones principales. Implica una búsqueda de temas y patrones a partir de un proceso sistemático para identificar características y conexiones esenciales. 3. La interpretación, que busca la comprensión y explicación más allá del análisis, la interpretación es la rueda libre, casual, ilimitada, idealista, generativa, apasionada. Trasciende los datos fácticos y se busca qué hacer con los datos.

Para trascender ese temor a lo “mecánico” y “determinístico” de la codificación, sugiero que en el caso de la investigación sobre el Sentido, no se hable de códigos propiamente, sino de marcas, de pistas, las cuales vayan reiterándose o contradiciéndose en la revisión de los textos adquiridos a través de las observaciones, de las entrevistas hechas in situ y de las experiencias del lector de la obra y, por otro lado, de los relatos de vida presenciados y de los construidos a manera de diarios de la cotidianidad. En este punto será también importante recurrir a bibliografía que permita esclarecer aquellas pistas de sentido, ya sea desde un punto netamente teórico o de uno contextual.

Finalmente, al relacionar los elementos que constituyen al objeto, la obra, la experiencia y el todo y las características del sujeto, de forma particular, y narrada en un texto e interpretar esos vínculos como lector investigador, tomando en cuenta referencias necesarias de otros autores, emergerá entonces el Sentido.

De esta manera, propongo responder a las inquietudes planteadas en este acápite. Son las huellas, recogidas a través del trayecto y evidenciadas en el ejercicio de codificación propuesto por Coffey y Atkinson –pertinente por sus implicaciones constructivas–, que nos permitirán construir la categoría central de este artículo. Pero también dependerá de uno, investigador del Sentido, lector de la obra, intérprete y por ende, constructor, que este proceso pueda lograrse. Las pistas podrían estar ahí, pero quien las recoge de cierta manera, las resalta en su block de notas como una posible “marca”, las pone en contraste con otros conceptos o planteamientos y las vincula entre cada tensión que constituye teóricamente al Sentido, es el intérprete. Él, como lector, es parte de una tensión que hace al sentido, precisamente porque quien investiga el Sentido está en el centro del círculo hermenéutico y también en el trayecto que lo constituye, tiene esta doble naturaleza de constructor e intérprete.

Sin embargo, este proceso no concluye aquí, pues de nada serviría haber logrado que el Sentido emerja sino se lo sabe reinterpretar para traducirlo como hallazgos investigativos. Y ahí también está ese rol de creador del intérprete; él debe construir un texto que refleje todo este trayecto y las conclusiones que se generaron a partir del mismo. Así, llegar a responder ¿cuál es el Sentido de este fenómeno o, en el caso que amerite, cuáles son los sentidos que trascienden el devenir de estos sujetos? Para finalmente precisar ¿qué nos dice el sentido construido sobre tal proceso sociocultural o tal otro? Pues cabe recordar que esta es la finalidad de este tipo de investigaciones, la cual será descrita a continuación a manera de conclusión de este texto.

⁹ Véase en esta cita la pertinencia con el resto del planteamiento, al proponer el “ir más allá”, superar lo “determinístico” y lo “creativo” del proceso analítico interpretativo.

VI. El Sentido, expresión de procesos

Una vez concluido el recorrido, entre saberes, decires, interpretaciones y construcciones, aún hay una reflexión más por hacer. Al inicio de este artículo, cuestionaba ¿por qué estudiar el Sentido? Presenté dos motivaciones para aplicar esta categoría teórica en los estudios de comunicación, una vinculada con el lector de la obra, el investigador, y otra, con la posibilidad de comprender la construcción sociocultural de un grupo social, a partir del estudio del Sentido de un fenómeno en particular. Profundizaré estos puntos en las siguientes líneas, a manera de conclusión y en el intento de precisar no sólo el por qué, sino el para qué de estudiar el sentido.

“¿Quién eres tú? preguntó la oruga. Alicia replicó algo intimidada: Pues verá usted señor... yo... yo no estoy muy segura de quién soy, ahora, en este momento; pero al menos sí sé quién era cuando me levanté esta mañana; lo que pasa es que me parece que he sufrido varios cambios desde entonces”.

Parecerá inquietante para el lector encontrar un extracto de la famosa obra de Lewis Carroll, “Alicia en el país de las maravillas”, en este documento focalizado en estrategias investigativas. Sin embargo, recurro a esta cita pues me parece que ilustra a cabalidad una de las inquietudes del ser humano, como individuo y como sujeto social, desde los inicios de su existencia: ¿quién soy?... ¿quiénes somos? La dinamicidad y movilidad de la realidad, personal y social, hacen que muchas veces perdamos la posibilidad de dar respuestas a estas profundas inquietudes. No obstante, la investigación social, en general, y la del Sentido, en particular, pueden contribuir en ese intento. Y ahí está el para qué de aplicar el Sentido en los estudios comunicacionales.

Una vez construidas las significaciones que constituyen la forma de ver y estar en el mundo de los sujetos estudiados, llega otro momento interpretativo importante: ¿y qué dicen esas significaciones socioculturales en tensión sobre quiénes somos o quiénes pretendemos ser? (en este punto cabe recordar las características de las narrativas aplicadas, donde el sujeto narrador no dice necesariamente quién es, sino quien quisiera ser y eso también puede ocurrir en la misma trama de la acción, pues finalmente es una puesta en escena). Y en esa tarea, es preciso ir trazando la relación entre el Sentido que emerge y los procesos socioculturales que refleja.

Para este punto, se pueden acudir a esas revisiones bibliográficas históricas o contextuales, en general, de las que hablaba en el proceso de codificación. Con ayuda de las mismas y de las evidencias investigativas ir dibujando las

posibles rutas, caracterizadas por momentos políticos, económicos, sociales y/o culturales que hayan incidido y permitido la construcción del Sentido.

De esa manera, se podrá llegar a comprender no sólo la comprensión del mundo como tal, que subyace el accionar de los sujetos en su devenir social, sino cómo se ha llegado a construir esa comprensión. El Sentido debe ser comprendido en su integridad, como parte constitutiva de un complejo proceso que permite su producción, circulación, apropiación, legitimación y reinterpretación. El Sentido debe estar integrado en la dimensión cultural y la dimensión social de las cuales forma parte. Ahí radica su importancia fundamental para los estudios de comunicación y procesos socioculturales, al permitir que lo comunicacional evidencie las tramas históricas, políticas, sociales, culturales y económicas que caracterizan a los mundos subjetivos y sociales de los cuales formamos parte.

En síntesis, el estudio del Sentido nos aproxima más a la comprensión de nosotros mismos, como sujetos investigadores y como sujetos sociales, así como a la comprensión de nuestras complejas y móviles realidades socioculturales, en términos más generales y complejos, vistas desde la investigación en comunicación. Por todo ello, espero que los interesados en leer este artículo sientan, al igual que yo, no sólo el deseo, sino la necesidad de aplicar –adecuada y conscientemente– esta categoría en sus propuestas investigativas en comunicación, de tal manera que se pueda ir mejorando y nutriendo el trayecto aquí propuesto.

VII. Bibliografía

Berger P. y Luckmann T. (2003). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires- Argentina: Editorial Amorrortu.

Blaikie, N. (2010). *Designing Social Research*. London- United Kingdom: Polity Press.

Coffey, A. y Atkinson, P. (2003). *Encontrar el sentido a los datos cualitativos. Estrategias complementarias de investigación*. Medellín-Colombia: Universidad de Antioquia.

Diaz Larrañaga, N. (1999). *El relato de una vida: apuntes teóricos-metodológicos en comunicación*, Revista Latina de Comunicación Social, número 22, de octubre de 1999, La Laguna (Tenerife) s.p.

Ferrarotti, F. (2006). "Entrevista a Franco Ferrarotti sobre su obra dedicada a las Historias de Vida y los Relatos" en *Periphèria* Nro. 5 (Revista del Departamento de Antropología Social y Cultural de Universidad Autónoma de Barcelona) España. P.1-14

Ferrarotti, F. (1993). "Las biografías como instrumento analítico e interpretativo", en J.M. Marinas; C. Santamaría (eds), *La historia oral. Métodos y experiencias*. Madrid: Editorial Debate.

Geertz, C. (2003). *La interpretación de las culturas*. Barcelona-España: Editorial Gedisa.

González, J. (1994). *Más (+) cultura (s) Ensayos sobre realidades plurales*. México: Consejo Nacional para las Culturas y las Artes.

Hall, S. y du Gay, P. (1996) *Cuestiones de identidad cultural*. Buenos Aires-Madrid: Editorial Amorrurtu.

Kornblit, A. L. (2007). *Metodologías Cualitativas en Ciencias Sociales. Modelos y Procedimientos de análisis*. 2ª Edición. Buenos Aires-Argentina: Editorial Biblos.

Landowski, E. (2005). *Tres regímenes de sentido*. Tópicos del Seminario. Julio-Diciembre. Número 014. Benemérita Universidad de Puebla. México. P. 137-179.

Landowski, E. (1999). *La mirada Implicada*. Revista *Anthropos*. Número: 186. Dedicado a: Semiología crítica: De la historia del sentido al sentido de la historia. P. 37-56.

Marc, E. y Picard D. *La interacción social*. Madrid-España: Editorial Paidós.

Martín Barbero, J. (2003) *Oficio de Cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*. Colombia: Fondo de Cultura Económica.

Martín Barbero, J. (2001). *De los Medios a las Mediaciones*. Barcelona- España: Editorial Gustavo Gili.

Muñoz, G. (1995). *Espacios y Formas de Comunicación entre los jóvenes en Comunicación y Espacios Culturales en América Latina*. Bogotá-Colombia: Pontificia Universidad Javeriana.

Pérez de Tudela y Velasco, J. (1997). *Paul Ricoeur: Los caminos de la interpretación*. España: Editorial Anthropos.

Reguillo, Rossana (1998). "De la Pasión Metodológica o de la (paradójica) posibilidad de la investigación" en Mejía y Sandoval (Coords.) de *Tras las vetas de la investigación cualitativa. Perspectivas y acercamientos desde la práctica*. Jalisco, México: Editorial ITESO.

Ricoeur, P. (2003). *El Conflicto de las interpretaciones. Ensayos de Hermenéutica*. Buenos Aires-Argentina: Fondo de Cultura Económica.

Ricoeur, P. (1987). *Tiempo y Narración*. Madrid-España: Ediciones Cristiandad.

Soler, F. (2012). *Razonamiento abductivo en lógica clásica*. London- United Kingdom: College Publications

Verón, E. (1996). *La Semiosis Social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Barcelona-España: Editorial Gedisa.

JOURNAL *de*
comunicación social

INSTITUTO DE LA COMISIÓN DE MEDIOS,
ESTUDIOS POLÍTICOS Y CULTURALES
Y SOCIOLOGÍA POLÍTICA



Konrad
Adenauer
Stiftung