

INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE

Reconocimiento de Validez Oficial de Estudios de Nivel Superior según Acuerdo Secretarial
15018, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 29 de noviembre de 1976

**DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS SOCIOCULTURALES
MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN DE LA CIENCIA Y LA CULTURA**



Visibilidad e invisibilidad en televisión.

(Formaciones culturales, narrativas televisivas y representaciones sociales en Canal 7,
televisión pública de Jalisco).

**Tesis que para obtener el grado de
Maestro en Comunicación de la Ciencia y la Cultura
Presenta**

JUAN MANUEL VELÁZQUEZ RAMÍREZ

Directora de tesis: Dra. Rossana Reguillo Cruz

Tlaquepaque, Jalisco, Enero del 2007.

Resumen

La presente contribución da cuenta del proyecto de investigación titulado *Formaciones Culturales, Narrativas Televisivas y Construcción de Representaciones. (C7, televisión pública de Jalisco)* Los propósitos que orientan este trabajo se dirigen a indagar sobre las dimensiones social-estructural, cultural-simbólica y subjetiva de la problemática de los productores y conductores televisivos, de las narrativas programáticas por ellos producidas, y de las audiencias como sujetos sociales de interés; y a reconocer la centralidad del poder como una realidad imbricada en el conjunto de procesos involucrados en el estudio. La perspectiva desde la que se fundamenta este estudio es la de los estudios culturales. La metodología que se utilizó fue de corte cualitativo favoreciendo la construcción de un estudio empírico-situado. Metodológicamente se utilizó la aproximación etnográfica a la realidad de los productores televisivos, de los conductores y de las audiencias, mediante las técnicas de observación, registro y entrevista. Para comprender el sentido de los programas televisivos se recurrió el monitoreo, el análisis del discurso y la hermenéutica profunda. En la hipótesis de trabajo, orientadora de este proceso se planteó que las narraciones televisivas son un espacio

de representación de sujetos sociales donde se objetivan las formaciones culturales de sus productores y conductores, a la vez que son una mediación en la construcción de representaciones que desarrollan los televidentes sobre estos mismos sujetos. Este estudio pretende aportar al campo de la comunicación una visión sistemática y una propuesta metodológica sobre una forma particular de aproximación a la producción, circulación y consumo de programas de la televisión pública jalisciense.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.

CAPÍTULO 1. LOS REFERENTES ESTRUCTURALES Y SUBJETIVOS.

- 1.1 Los contextos socioculturales de crisis/ 28
- 1.2 La necesidad de nuevas explicaciones sobre lo social/ 34
- 1.3 La perspectiva de los estudios culturales/37
 - 1.3.1 Otra mirada sobre la *cultura*/40
 - 1.3.2 La centralidad de la comunicación/44
 - 1.3.3 Resignificando la relación entre comunicación y cultura/45
 - 1.3.4 Necesaria actitud crítica ante los medios/47
- 1.4 Televisión, imágenes y relato/48
 - 1.4.1 Funciones de las imágenes/51
 - 1.4.2 Significado del relato en televisión/54
- 1.5 Consideraciones sobre la televisión pública/58
 - 1.5.1 Contextos de la televisión pública/58
 - 1.5.2 Lo público, la ciudadanía y la televisión pública/60
 - 1.5.3 Características de la televisión pública/61
 - 1.5.4 La televisión pública que se requiere/64

CAPÍTULO 2. REFERENTES CONCEPTUALES Y PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO.

- 2.1 Construyendo la categoría de *sujeto*/68
 - 2.1.1 El concepto de *sujeto* desde la sociología clásica/70
 - 2.1.2 El concepto de *sujeto* desde la cultura/73

- 2.1.3 Complejizando la reflexión sobre el sujeto/74
- 2.2 Sujeto-productor/conductor televisivos como categorías de análisis/78
- 2.3 El concepto de *formaciones culturales*/81
 - 2.3.1 El concepto de *cultura* como referente del concepto de *Formaciones culturales*/82
 - 2.3.2 Las *formaciones culturales*: una reconstrucción desde Edgar Morín/86
 - 2.3.3 Desde Foucault, re-pensando las *Formaciones culturales*/88
 - 2.3.4 Desde Bourdieu, reconstruyendo el concepto de *formaciones culturales*/90
 - 2.3.5 Articulación analítica entre Formaciones culturales y productores televisivos/93
- 2.4 El concepto de narrativas televisivas/98
 - 2.4.1 El significado del lenguaje/98
 - 2.4.2 El concepto de discurso/100
 - 2.4.1.1 Dimensión Ideológica del discurso/102
 - 2.4.1.2 Develando la dimensión ideológica del discurso/105
 - 2.4.3 El concepto de narrativas/107
 - 2.4.3.1 El referente estructural y subjetivo de las narraciones/108
 - 2.4.3.2 La historicidad de las narrativas/108
 - 2.4.3.3 La multidimensionalidad de las narrativas/109
 - 2.4.3.4 La estructura de las narraciones/109
 - 2.4.3.5 La actorialización de los sujetos en las narraciones/111
 - 2.4.3.6 La lógica trascendente de las narrativas/111
 - 2.4.3.7 El papel de los procesos de anticipación/118
 - 2.4.4 El concepto de relato/120
- 2.5 El concepto de *representaciones sociales*/124
 - 2.5.1 Antecedentes de la teoría de las representaciones sociales/124
 - 2.5.2 Diferentes aproximaciones a la definición del concepto de *representaciones sociales*/128
 - 2.5.3 Lo individual y lo social en la construcción de *representaciones sociales*/131
 - 2.5.4 Los contenidos de las *representaciones sociales*/133
 - 2.5.5 La dimensión simbólica de las *representaciones sociales*/134
 - 2.5.6 Individuo-sociedad y dimensión cognitiva de las representaciones sociales/136
 - 2.5.7 Función social de las representaciones/139
 - 2.5.8 Las *representaciones televisivas* como categoría de análisis/142
- 2.6 Una construcción sociocultural del televidente/149
 - 2.6.1 El significado del proceso de recepción/152
 - 2.6.2 La mediación como categoría de análisis/155
 - 2.6.3 La categoría de audiencia televisiva/161
 - 2.6.4 La audiencia de programas de televisión pública/cultural/162
- 2.7 Un primer recuento/164
- 2.8 Metodologías de la investigación/167
 - 2.8.1 Metodología para el estudio de los contextos institucionales y políticos/168
 - 2.8.2 Metodología para el estudio de las *formaciones culturales* de productores/conductores televisivos/169
 - 2.8.3 Metodología para el reconocimiento de la dimensión narrativa y de representación de los sujetos en los programas/174

CAPÍTULO 3. DIMENSIÓN EMPÍRICA DEL ESTUDIO.

- 3.1 Datos sobre los referentes institucionales/188**
 - 3.1.1 Secretaria de Cultura de Jalisco (SC), políticas y configuraciones sistémicas/18**
 - 3.1.2 El Sistema Jalisciense de Radio y Televisión como referente institucional/191**
 - 3.1.3 Canal 7 (C7) el contexto institucional próximo/192**
 - 3.1.4 Primeras reflexiones sobre el significado de los referentes institucionales/203**
- 3.2 Discursos de los productores/conductores y visibilización de sus *formaciones culturales*/206**
- 3.3 Caracterización técnica general de los programas analizados/240**
- 3.4 Resultados de la lectura del lenguaje de imágenes de los programas/247**
- 3.5 Descripción de las secuencias narrativas de la *entrada* de los programas/254**
- 3.6 Resultados de la lectura analítico-semiótica de las entradas de los programas/258**
- 3.7 Resultados sobre las narrativas y representaciones en los programas/276**
 - 3.7.1 Programa *Modular*/276**
 - 3.7.2 Programa *Cantares y Costumbres*/283**
 - 3.7.3 Programa *Estrategias al Cubo*/298**
 - 3.7.4 Programa *Póptico*/315**
- 3.8 Recuperando el sentido de las representaciones televisivas en un canal público/324**
- 3.9 Sentido del consumo y representaciones de los televidentes/327**
- 3.10 Recuperación analítica general/340**

CONCLUSIONES/349

FUENTES DE CONSULTA/363

INTRODUCCIÓN

Canal 7 (C7) es el medio televisivo público administrado por el gobierno de Jalisco. Como medio institucional este canal se define como cultural y de servicio público. Ante la presencia de las dos cadenas televisivas nacionales comerciales en su modalidad local, C7 se ha constituido en la única alternativa al proyecto de televisión comercial que se oferta por los canales Azteca 13 y 7, y 4 y 21 de Televisa. En los últimos cuatro años, sobre todo, C7 ha fortalecido su imagen, su presencia y su oferta programática hacia los diferentes sectores del público jalisciense. C7 es ya una referencia obligada cuando se habla, para bien o para mal de la televisión jalisciense. Son diferentes las representaciones que la población ha construido sobre este canal público. Estas van desde considerarlo un canal aburrido hasta considerarlo como el mejor canal televisivo local. Las televisoras comerciales comienzan a considerarlo una incipiente competencia. Las empresas medidoras de *raitings* le ignoran. Sectores de académicos lo descalifican por considerarlo oficialista, elitista y carente de proyecto, mientras que otros colaboran y aportan iniciativas a este proyecto. Lo cierto es que la interrogante sobre qué es y qué representa realmente el proyecto televisivo de C7 aún se mantiene sin respuesta.

Considerando que lo que se ve en la pantalla se puede constituir en una puerta de entrada para la comprensión de lo que representa C7 como canal público con responsabilidad hacia la ciudadanía, de los procesos que genera y de los sujetos históricos que se encuentran sobre la base de todas sus prácticas, es que este estudio inició con una pregunta central de investigación que fue planteada de esta forma:

¿Hasta qué punto, las narrativas televisivas del Canal 7 se pueden configurar como objetivaciones de las formaciones culturales de los productores y conductores, y de qué manera las representaciones de los sujetos que en ellas se proyectan median en la construcción de las representaciones sociales de los televidentes sobre esos mismos sujetos?

Teniendo como referencia esta pregunta es que se reconocieron algunas dimensiones contenidas en la misma formulación: la presencia en C7 de programas de televisión con una dimensión narrativa; la existencia de productores y conductores de programas de C7 con determinadas formaciones culturales; las narrativas televisivas como espacios de objetivación de las formaciones culturales de los productores y conductores; las narrativas como portadoras y constructoras de representaciones sobre sujetos; la existencia de públicos consumidores de programas televisivos de C7; la construcción de representaciones sociales por parte de los televidentes consumidores de programas de este canal; y la función de mediación de las representaciones sobre los sujetos favorecida desde las narrativas televisivas.

El establecimiento de estas dimensiones permitió una clarificación inicial del objeto de estudio y permitió la construcción de objetivos generales y particulares para la investigación. Estos objetivos se formularon de la siguiente forma:

Objetivos generales.

En esta investigación se plantearon objetivos a conseguir, los cuales se formularon de la siguiente manera.

1. Construir los presupuestos teóricos y contextuales que útiles para construir y comprender la problemática de estudio en su dimensión histórica.

Establecer los conceptos y las categorías desde los que se construirá el proyecto.

Delimitar los elementos, dimensiones y niveles contextuales estructurales y subjetivos en los que se enmarca la problemática de estudio.

2. Reconocer las expresiones particulares de las formaciones culturales de los productores y los conductores televisivos vinculados a los programas televisivos de interés de estudio.

Reconstruir el concepto de formaciones culturales con la finalidad de estructurarlo como categoría metodológicamente útil para el análisis.

Identificar las características fundamentales que adoptan las formaciones culturales de los productores y conductores de los programas estudiados.

3. Conocer las formas de representación de los sujetos sociales que se proyectan a través de las narrativas televisivas de C7.

Reconstruir el concepto de narrativas hasta configurarlo como categoría de análisis que posibilite el estudio de los programas analizados como narrativas televisivas.

Identificar los diferentes recursos narrativos visuales y orales que se utilizan en la estructuración y la sintaxis de los programas analizados.

4. Identificar los procesos mediante los cuales las narrativas televisivas objetivan las formaciones culturales de los productores a través de discursividades, formatos y codificaciones.

Reconstruir el concepto de representaciones sociales hasta colocarlo al nivel de categoría de análisis, que permita comprender las narrativas como referente de las representaciones televisivas sobre los sujetos.

Conocer el tipo de sujetos sobre los cuales se construyen representaciones a través de las narrativas televisivas, y la manera en que opera este proceso en cada uno de los casos concretos de estudio.

5. Analizar la función de mediación que cumplen las narrativas televisivas en el proceso de construcción de representaciones sociales que sobre los sujetos realizan los televidentes que consumen los programas de estudio.

Establecer los referentes conceptuales sobre la audiencia y las mediaciones que operan en su proceso de consumo de programas televisivos.

Identificar el tipo de representaciones sociales que los televidentes construyen sobre los sujetos sociales proyectados en los programas estudiados.

Justificación del estudio.

La pertinencia de este estudio encuentra su justificación a diferentes niveles: el institucional, al del campo de la comunicación y del ámbito personal de quien realiza este trabajo. Esta

investigación se articula a la dimensión institucional de la maestría en Comunicación del ITESO a varios niveles.

En primer lugar, se propone favorecer en los lectores de este producto la comprensión del significado fundamental que en los tiempos actuales poseen la comunicación y la cultura en tanto procesos que entrecruzan toda la actividad social de los sujetos.

En segundo lugar, sus resultados buscan coadyuvar el reconocimiento, extrañamiento y comprensión de los lectores de las expresiones culturales cotidianas proporcionadas por un medio de masas como la televisión. En este sentido se busca promover el desarrollo de las inquietudes humanas por conocer, crear y apropiarse simbólicamente de los bienes culturales dentro de los que se enmarcan las narrativas televisivas analizadas.

En tercer lugar, porque a través de este proyecto se busca promover la reflexión sobre la importancia de considerar el papel relevante que vienen cumpliendo los medios de masas, y en particular la televisión pública, y la exigencia urgente de un posicionamiento crítico sobre este fenómeno contemporáneo desde el campo de la comunicación. Una posibilidad que se vislumbra es que este trabajo sirva para valorar las ventajas y las desventajas de utilizar medios como la televisión, particularmente la de carácter público, para promover el enriquecimiento individual y colectivo de los ciudadanos.

En cuarto lugar este proyecto se justifica porque se propone aportar elementos conceptuales, metodológicos y de referencias prácticas que pueden ser de utilidad para incidir en el curso socialmente preponderante que ahora adquieren la información y la comunicación. Se busca presentar un análisis que intente transitar por la complejidad de la realidad de estudio y sugiera rutas de aproximación y de abordaje analítico que pueda servir de referencia para estudios posteriores.

El conjunto de estos presupuestos se enmarcan dentro de las finalidades institucionales de la Maestría en Comunicación del ITESO, y pretenden abonar una experiencia investigativa en aras del fortalecimiento de este proyecto institucional universitario.

La dimensión académica asociada al campo de la comunicación está considerada como referente en el diseño de este proyecto de investigación por varias razones. Intenta construir un marco de formulaciones conceptuales y de categorías como *formaciones culturales* de productores y conductores televisivos, y *narrativas y representaciones sociales televisivas*, teniendo como referencia concreta la realidad estudiada. Atiende la preocupación de visibilizar al

sujeto como actor o como agente social mediado por formaciones culturales que anteceden a cualquier trabajo de producción y de circulación de narrativas televisivas. Se interesa por la manera en que se construye un producto televisivo cultural como narrativa. Se preocupa por la configuración que asumen los productos-mensajes en tanto discursividades a los niveles de sus dimensiones técnicas, de formato, narrativa y de lenguaje. Se ocupa de relacionar las *formaciones culturales* que poseen los productores y conductores televisivos con las formas de objetivación que asumen éstas en los programas televisivos considerados como narrativas. Dirige su interés a recuperar y comprender analíticamente la dimensión social, cultural y política contenida en las representaciones que se hacen de los sujetos sociales a través de las narrativas televisivas analizadas. Intenta comprender la manera en que las representaciones que sobre los sujetos sociales se hacen desde las narrativas televisivas pueden operar como mediación en la construcción de imaginarios por los televidentes. Coloca la atención en la televisión en su modalidad de televisión pública y cultural local, con proyección internacional, tomando el caso de Canal 7 (C7).

Para quien escribe esto, personalmente el tema de estudio resultó significativo por varias razones. La primera de ellas es por la experiencia vivida en los últimos nueve años de colaboración en los diferentes proyectos asociados a C7 del Sistema jalisciense de Radio y Televisión, que ha permitido una posibilidad favorable para realizar el estudio, pero también una limitación: el que representó la necesidad de mantener una vigilancia epistemológica sobre cada uno de los momentos del trabajo, buscando intencionar un distanciamiento que favoreciera la mejor aproximación a la comprensión del objeto de estudio. La forma en que esta experiencia de investigación permitió revalorar epistemológica, conceptual y metodológicamente las diferentes experiencias tenidas con anticipación en el diseño y aplicación de proyectos dirigidos a diferentes públicos, desde distintos medios en contextos diversos. A través del desarrollo de esta investigación resultó significativo recuperar de manera co-lateral estas experiencias a través de un proceso reflexivo y sistemático como el que se construyó con motivo de esta investigación. Esto mismo favoreció la inquietud profesional por intencionar a futuro la creación de nuevos productos televisivos que favorezcan la visibilización de los mecanismos socioculturales que operan en la producción, circulación y consumo de cualquier mensaje de la televisión pública. Además, dejó clara la urgente necesidad de construcción de narrativas que proyecten sin posiciones de miserabilismo cultural ni exclusión a los sujetos sociales, sus prácticas,

escenarios, interacciones, creencias, afectividades y materiales producidos en los contextos locales y globales.

Estado de la cuestión.

El trabajo de tomar postura teórica en la investigación hace necesario realizar un recorrido buscando reconocer desde dónde y cómo ha sido abordada la realidad de estudio por las diversas perspectivas teóricas. Bajo estos contextos es fundamental entender la articulación particular que mantiene la perspectiva teórica correspondiente con el estado del conocimiento y el contexto social e histórico en que se desarrolla. También es necesario reconocer la manera en que el problema de investigación se ubica dentro de los marcos de interés y pertinencia establecidos por la perspectiva teórica seleccionada para el abordaje de la problemática de estudio. Por estas razones consideramos importante esbozar los referentes fundamentales que permiten ubicar esta investigación en lo que tiene continuidad y de ruptura respecto a otros estudios ya realizados.

En el panorama de los estudios sobre televisión pública existe una dimensión referida a este medio de masas. En algunos trabajos se reconoce que la televisión forma parte de un recorrido tecnológico con base social y cultural que se inicia con la comunicación oral y alcanza la comunicación multimedia (Castells, 1999). La televisión es propia del siglo veinte. Se convierte en interés de estudio a partir de la década de los cuarenta del siglo pasado (Rincón, 2001). Durante los años cincuenta, desde la teoría de los efectos se considera que los productores televisivos mantienen un poder ilimitado para concretar sus propósitos en influencia sobre los televidentes. En los años sesenta prevalecen los presupuestos de los efectos limitados y de los usos y gratificaciones, desde los cuales se comienzan a incorporar elementos sociales y psicológicos de mediación de los efectos de los mensajes televisivos en los receptores. En la década de los setenta el interés de estudio se orienta a indagar sobre los aspectos ideológicos, políticos y sociales que se transparentan en la estructura de los mensajes, en este caso, televisivos. En los años ochenta la atención de investigación se dirige a las diferentes maneras en que se relaciona la audiencia con los mensajes, y a las diferentes formas de participación activa que esta desarrolla (Hall, Morley, Adorno, Mattelart, Martín-Barbero, Fuenzalida). En

tanto que en los años noventa la atención se dirigió a comprender la dimensión cultural del consumo de las audiencias. A decir de Rincón (2001) los estudios actuales se interesan por la relación entre textos televisivos y contextos culturales (Bourdieu, Sartori, Castells). Del conjunto de estas aproximaciones a la comprensión de la problemática de la televisión se bifurcan dos posiciones: una, que la considera negativamente, como un mal social y cultural; otra que la concibe positivamente, destacando precisamente su centralidad comunicativa, cultural y social.

La televisión pública se ha problematizado desde diferentes perspectivas y de acuerdo a propósitos variados, donde se destacan líneas de investigación generales y contemplando el caso de México (Orozco, 2001). En algunos momentos se ha partido de problematizar el mismo concepto de *lo público* como intento metodológico para entender lo que es la televisión pública (Martín-Barbero, 2001; Arévalo, 1985; Álvarez, 2003), y las características que posee este medio (Rincón, 2001). De la misma manera se han desarrollado estudios sobre la situación que guarda la televisión pública en diferentes países de Latinoamérica y Europa (Fuenzalida, 2000; Orozco, 2004) incluido nuestro país (Martínez, 1999; Sánchez, 1993; Toussaint, 1998; Ortega 2006, Trejo, 1988). En buena parte de trabajos referidos a la televisión pública se habla de que este medio pasa por una situación de crisis (Orozco, 2004; López, 1998; Martín-Barbero, 2001). Por otro lado, ha habido preocupación por clarificar los contextos estructurales en que se ha desenvuelto este proyecto (Fuenzalida, 2000). Uno de los niveles de interés ha sido el de las tecnologías. Ya desde la década de los ochenta, se realizaron estudios sobre la utilización de nuevas tecnologías en el desarrollo de proyectos televisivos comunitarios, en el caso de Bélgica (Mattelart, Piemme, 1981). O bien, acerca de las condiciones jurídicas y políticas públicas de acceso satelital en México (Eadul, Fernández, Schmucler, 1985). De la misma manera, como parte de esta revisión estructural se ha atendido la relación de la televisión mexicana con los gobiernos del país (Orozco, 2004), y también las condiciones institucionales jurídicas, administrativas y organizativas de este medio (Fuenzalida, 2000). Pero también se encuentran reflexiones sobre algunos modelos culturales y formas presentes en la construcción de la programación televisiva utilizadas en este medio (Fuenzalida, 2000; Williams, 1989) y su significado político (Williams, 1989). En este mismo terreno se ubican estudios que consideran la dimensión cultural de la discursividad generada desde la televisión pública (Fuenzalida,

2000). Aun más concretamente se han destacado las características de este medio a partir de analizar su programación y géneros ((Mazziotti, 2001; Fuenzalida, 2000), los rasgos y la función del lenguaje televisivo que utiliza (Fuenzalida, 2000), y el análisis de programas concretos (Fuenzalida, 2000; Gómez, 1989) o este mismo trabajo de reflexión con relación a contextos específicos como es el caso de la experiencia de TVCULTURA en Brasil (Montero, 2001) o el caso de las experiencias regionales y locales de televisión en México (Martínez, 1999; Solís, 1992)). En el terreno de la recepción de mensajes de la televisión pública se han desarrollado aportes al análisis de las posibles influencias del lenguaje televisivo en las audiencias (Fuenzalida, 2000) y la relación entre televisión pública y diferentes tipos de televidentes, niños, mujeres, jóvenes, etc. (Fuenzalida, 2000; Orozco, 2001a). Adicionalmente se han sugerido propuestas para entender el significado de la televisión pública (Montero, 2001), sus funciones (Montero, 2001; Rincón, 2001), particularmente su función educativa y cultural (Orozco, 2001; Arévalo, 1985, Esteinou, 1994; López, 1982) y la relevancia social actual de este medio (Solís, 1989). También se han destacado los esfuerzos por entender a la televisión pública como proyecto útil para el protagonismo social del televidente (Rincón, 2001; Fuenzalida, 2000; Orozco, 1992), y en su función democratizadora (Orozco, La televisión en México: indicios). Finalmente podemos identificar aportes sobre lo que se proyecta como las perspectivas de la televisión pública (Esteinou, 1903; Orozco, 2004), y aportes referidos a criterios de acción (Montero, 2001) y una propuesta concreta para el manejo de géneros televisivos en este medio (Mazziotti, 2001).

Ubicación y aportes del estudio.

Este trabajo se articula a estos esfuerzos investigativos en varios sentidos: se preocupa por comprender procesos asociados a la televisión pública; reconoce la importancia de considerar los contextos en que se desarrolla este medio; identifica la importancia social y cultural que este medio tiene en las circunstancias actuales; se preocupa por incursionar etnográfica en el estudio de las manifestaciones concretas que despliega este medio público; y procura por construir una postura analítica compleja y crítica. Contribuciones que este trabajo pretende hacer al campo de la comunicación son las siguientes: aproximarse al estudio de la realidad de la televisión

pública considerando algunas de sus expresiones concretas (canal, productores, conductores, programas y televidentes), involucrando otras dimensiones relacionados con esta temática ya abordada; problematizar la realidad de estudio desde una perspectiva sociocultural, lo que exige un trabajo situado, crítico, histórico, holístico y complejo, que involucra trabajos prácticos y conceptuales (multidisciplinares); abordar la problemática de la televisión pública, contemplando el conjunto, y no sólo partes de las fases del proceso comunicativo (producción, circulación, recepción y re-significación), considerando, además, el nivel de las mediaciones, en sus diferentes manifestaciones; pone acento en el planteamiento epistemológico que busca visibilizar la presencia y el protagonismo del sujeto en los diferentes procesos asociados a la realidad de estudio; se construye y trabaja con una categoría de análisis (formaciones culturales), sobre la que se fundamentan las articulaciones de los niveles subsiguientes (narrativas y representaciones) de la investigación, buscando alejarse de la fetichización de los conceptos ya establecidos en el campo; los resultados que de este estudio se obtengan están en condiciones de ser contemplados para su aplicación práctica buscando mejorar la calidad social del servicio ciudadano que presta el canal como institución, con lo que involucra un compromiso político con una alternativa de comunicación; y abre la posibilidad para el estudio de otras problemáticas asociadas a este medio público, en los contextos de esta televisora o en otras distintas.

Marco de referencia conceptual.

Adoptar una actitud teórica por parte del investigador implica reconocer que el tránsito por la investigación se acompaña de procesos de de-construcción y de reconstrucción de fenómenos asociados a la realidad de estudio. El posicionamiento teórico que se adopta en el campo disciplinar una investigación en comunicación sobre-determina los intereses de investigación, la manera de interrogar a la realidad, la forma y finalidad de construir la investigación. Para este estudio el interés se dirigió hacia los llamados estudios culturales. Consideramos que desde esta perspectiva se encuentran los presupuestos que favorecen una aproximación de carácter histórico, holístico, recursivo, estructural-subjetivo a la realidad, que coloca al sujeto como

centro del análisis situado, y que permite entender el conjunto de estos procesos de construcción social desde una visión de poder.

Para realizar este trabajo en esta investigación se buscó recuperar los planteamientos fundamentales de los autores clásicos en cada uno de sus espacios disciplinares (Marx, Weber, Giddens, Morán, Foucault, Bourdieu, Navarro, Martín-Barbero, Reguillo, Ortiz, Orozco, Van Dyk, Moscovici, v. gr.) para desde ahí constituir una plataforma conceptual que posibilitara el proceso de categorización analítica pertinente para el estudio. Desde estos teóricos se pudieron reconstruir los conceptos de sujeto, cultura, formaciones culturales, narrativas, representaciones sociales, audiencias y mediaciones. Sin embargo, esta reconstrucción se realizó considerando en todo momento las circunstancias actuales que caracterizan los contextos sociales, históricos y de producción de conocimiento.

Como parte de la construcción analítica se dio cuerpo conceptual a términos fundamentales para el estudio. De esta manera entendemos en esta investigación por sujeto lo siguiente: *Individuo con centralidad social. Histórico, historizado e historizador. Enraizado en un mundo complejo, incierto, histórico, simbolizado y compartido. En interretroactividad con otros a partir de instituciones e inmerso en relaciones de poder. Singularmente social y socialmente singular; autónomo y constreñido por el orden simbólico; y con identidad tensionada de grupo. Individuo de lenguaje discursivo, que comunica y genera sentidos. Individuo estructuralmente multidimensional, cognitivo y afectivo, producido y productor de procesos objetivos e intersubjetivos. Apropiador y re-significador. Con percepciones socioculturalmente construidas y reflexividad condicionada.*

A las formaciones culturales las definimos de la siguiente manera: *Las formaciones culturales se originan y desarrollan en contextos históricos sociales y culturales más amplios. Se configuran por dimensiones estructurales y subjetivas, y se objetivan en instituciones, espacios, objetos y prácticas de los sujetos. Las formaciones culturales pueden ser consideradas como formas de discursividad presente, que expresan acontecimientos discursivos pasados. Estas formaciones cumplen la función de contribuir a la construcción de una subjetividad normativizada e internalizada a manera de capital acumulado en los sujetos, además de orientar sus prácticas y formas de representación. En el centro del cumplimiento de esta función se encuentran los sujetos sociales y las instituciones por ellos construidas. Las formaciones culturales permiten la reproducción material e ideológica del proyecto dominante*

en la sociedad, recursivamente este proyecto favorece la permanencia de las formaciones culturales que le originaron.

Las narrativas televisivas las conceptualizamos así en este trabajo: Las narrativas televisivas operan como una concreción empírica del discurso audiovisual. Son expresiones multidimensionales y polisémicas de discursividad, generadoras de sentido. Son una forma de objetivación de las formaciones culturales de diferentes narradores y narratarios. Tienen un origen social y cultural, y poseen una historicidad que les hace diferentes para cada cultura y sociedad. En cada contexto las narrativas sociohistórico las narrativas televisivas asumen diferentes tipos, modos y medios de manifestación. Estructuralmente se configuran en base a enunciaciones audiovisuales articuladas, que hablan de acontecimientos significativos secuenciados e insertos en fases, haciendo uso de tiempos, espacios, acciones y actores, que desembocan en procesos de transformación. Las narrativas televisivas cumplen una función de socialización, en tanto que orientan cognitivamente las prácticas de los sujetos; articulan su presente-pasado y futuro; y proyectan conocimientos, afectividades y creencias. Todo esto desde posiciones ideológicas y prácticas de poder mediático.

Finalmente el significado que se le asigna a las representaciones sociales se formuló de la siguiente manera: Las representaciones sociales resultan de prácticas cotidianas de sujetos inter-retro-activos, que se desenvuelven en contextos históricos, sociales y culturales específicos. Son construcciones inter-subjetivas, colectivas, institucionalizadas, estructuradas y mediadas por posiciones de poder. Se objetivan a través del lenguaje. Son formas simbólicas abarcadoras con referentes cognitivos, afectivos, ideológicos y sociales, que se constituyen a partir de diferente tipo de saberes, y que adoptan una organización lógica donde se hacen presentes elementos tanto de dominación, de aceptación, como de resistencia. Producen saberes, discursos, explicaciones, comprensiones, sentidos y certezas sobre la realidad. Además de que comunican, evalúan, prevén, orientan, median, cosifican, y activan ordenamientos y memoria.

Estos conceptos sirvieron de fundamento para la construcción de categorías analíticas más particulares, y para el establecimiento de indicadores que facilitaran del trabajo de observación, agrupamiento, clasificación e interpretación de elementos asociados con la realidad de estudio.

Diseño metodológico.

Para el diseño metodológico de este estudio, se parte de presupuestos fundamentales que responden ya a una orientación teórica de investigación. Desde una perspectiva con

estructiva, podemos decir que la metodología no existe al margen de la investigación, sino que se construye junto con ella. Aún más, se consideró desde un inicio que la metodología de esta investigación era una construcción social y desde la dimensión social de la realidad de estudio es donde debería de configurar su consistencia lógica y su pertinencia social.

Por esta razón, la metodología de este trabajo se definió en función de las características del objeto de estudio de interés (formaciones culturales, narrativas y representaciones); de las inquietudes de conocimiento que se tenían sobre dicho objeto; de la perspectiva teórica (estudios culturales) desde la que se intentaba abordar el estudio de este objeto; de la posición epistemológica que se consideró como plataforma desde donde hacer el estudio (centralidad recursiva del sujeto investigado y el investigador); y de las exigencias concretas que la propia labor de investigación podía ir planteando de manera puntual en cada fase del proceso. Se pretendió que el diseño contemplara requisitos básicos de sistematicidad, flexibilidad, pertinencia y creatividad.

Es por esta razón que uno de los puntos de partida metodológicos en esta investigación fue el de considerar que más allá de la materialidad de las cosas se encuentran relaciones sociales e históricas entre sujetos¹. Entender la realidad como proceso es más complicado, pero útil para evitar su cosificación. En verdad, mientras que los objetos son evidentes, tangibles, perceptibles, las relaciones y los procesos que en ellos están contenidos permanecen ocultos para nosotros en una primera instancia. De esta manera, cuando creemos haber reconocido las características de una realidad, lo que hacemos es simplemente describir lo que en apariencia se nos presenta como tal. La tarea es indagar lo que hay más allá de lo fenoménico y aparential, y recordar que

¹ En su reseña a la Crítica de la Economía Política de Carlos Marx, el viejo Federico Engels señalaba que la economía no trata de cosas sino de relaciones entre personas, entre clases, pero que esas relaciones aparecían vinculadas a cosas y que aparecían como cosas. En el mismo sentido en algún momento Bourdieu señaló que: “Resulta más fácil tratar los hechos sociales como cosas o como personas que como relaciones” (Bourdieu, 1990: 69).

la exterioridad de la realidad al mismo tiempo que oculta, exhibe: se exhibe ocultándose y se oculta exhibiéndose².

Partimos del presupuesto que cualquier investigación que pretenda una mayor aproximación explicativa a la realidad social de estudio, debe pensarse, diseñarse y realizarse bajo criterios orientadores históricos. Lo histórico no es una dimensión externa ni al sujeto y su tarea de indagación ni a la propia realidad de estudio. La presencia de lo histórico no se reduce a los contextos. El conjunto de relaciones niveles y fases que estructuran el proceso investigativo están mediados por condicionantes históricas: es histórica la relación que se construye entre sujeto y objeto; la pertinencia social y la consistencia lógica del estudio; como históricas son las configuraciones epistemológicas, teóricas, metodológicas, metódicas, técnicas y prácticas que se construyen a lo largo de la investigación. Es este sentido el que está contenido en la afirmación de Renato Ortiz cuando señala que “(...) la explicación sociológica está marcada por la historicidad” (Ortiz: 1999).

Y esto tiene un argumento más de fondo. La problematización que los sujetos se hagan sobre la realidad posee un doble condicionamiento. El dado por las circunstancias históricas y el marcado por el desarrollo alcanzado por la disciplina de conocimiento desde la que se hace el estudio. Es en este sentido que afirma Reguillo (1999: 112) que: “Las ciencias sociales no son neutras ni flotan de manera autónoma en algún lugar, están necesariamente ancladas en la realidad que las produce. Su papel no es generar un discurso sancionador y a destiempo de la crisis sino generar conocimientos sobre una realidad que las desborda”.

Los sujetos sólo se pueden plantear las interrogantes que la propia época les posibilita, e intentarán resolverlas apoyándose en los conocimientos acumulados en la ciencia de que se trate. En estas circunstancias es pertinente considerar la advertencia de Octavio Ianni (1995: 112-115) en el sentido de que el objeto de las ciencias sociales ha cambiado no sólo cuantitativa sino sobre todo cualitativamente. Que no es ya sólo la sociedad nacional sino la sociedad global la que debe ser el referente para los estudios sociales.

Partiendo de estos presupuestos, en esta investigación nos interesamos más que por los sujetos, los programas, las representaciones y los televidentes en sí mismos, nuestra atención se

² Decía Lukács “Por eso lo que importa es, por una parte, desprender los fenómenos de la forma inmediata en que se dan, hallar las mediaciones por las cuales pueden referirse a su núcleo, a su esencia, y comprenderse en ese núcleo; y, por otra parte, conseguir comprensión de su carácter fenoménico, de su apariencia como forma necesaria de manifestarse” (Lukács, 1969: 9).

dirige a las relaciones sociales y manifestaciones subjetivas expresados en ellos. La perspectiva de la que partimos son los estudios culturales, considerando a los programas televisivos en su nivel discursivo-narrativo, bajo contextos históricos específicos y referidos a la totalidad. Es esto lo que nos permitirá entenderlos como realidades estructuradas y estructurantes de procesos sociales, culturales e históricos más amplios. Consideramos que la historización de los procesos debe encontrar su correspondencia en la historización de los propios conceptos y categorías que se utilicen en el análisis³.

Por eso es que la metodología es considerada para este trabajo como un componente indispensable que cruza de principio a fin el conjunto del proceso de investigación científica. Se partió también de la idea de que era necesario contar con un diseño metodológico general, amplio (una estrategia) pero también con propuestas metodológicas particulares para cada una de las fases y niveles que constituían el estudio (una dimensión) e incluso con medidas que posibilitaran la regulación del comportamiento investigativo de quien realizó el estudio (una actitud).

Existió la preocupación de que las formulaciones metodológicas para este estudio cumplieran la doble función de construir referentes conceptuales y de categorías que permitieran materializar y desarrollar el trabajo práctico que exigía el estudio, y al mismo tiempo permitiera dotar de consistencia a los fundamentos teóricos y conceptuales del estudio, además de establecer correspondencia entre estos dos niveles.

Como la investigación es un proceso constructivo, a lo largo del estudio el objeto de interés se tuvo que ir construyendo. Esto explica que la pregunta inicial se fuera precisando; que surgieran nuevas interrogantes particulares; y que se tomaran otras rutas no consideradas inicialmente. Todo esto evidenció el proceso complejo de re-dimensionalización del objeto de estudio que se operó a lo largo de la investigación, pero siempre dentro del marco de la estrategia metodológica general establecida. Bajo este presupuesto, la metodología consistió en reconocer la necesidad de aproximación, interrogación, delimitación, reflexión y retorno a la problematización.

³ La advertencia de Martín Barbero es oportuna. Señala que "...hay conceptos cargados en tal modo de opacidad y ambigüedad que sólo su puesta en historia puede permitirnos saber de qué estamos hablando más allá de lo que creemos estar diciendo" (Martín Barbero, 1987: 13)

Quedó claro en el diseño metodológico para este estudio, que era fundamental establecer los criterios de relación entre el sujeto que investiga y los sujetos investigados. Se reconoció de entrada que sujeto y objeto en estudios como este se construye como relación, donde sólo bajo condiciones investigativas particulares uno cumple la función de indagar y el otro la función de ser indagado sin caer en separaciones cognitivas. Al prefigurar este tipo de relación se buscaba reconocer que entre sujeto y objeto operan procesos de construcción mutua en el marco de la investigación. Entre ellos se establecen relaciones inter-retroactivas, recursivas, que abren paso a la posibilidad a la reflexividad.

Una de las preocupaciones metodológicas centrales en el diseño de esta investigación se refirió a la necesaria vigilancia de la labor de investigación, dado que quien realizó este estudio participa directamente en la institución donde laboran parte de los sujetos de estudio y desde donde se producen los programas de interés. Esta vigilancia se intentó ejercer desde el mismo momento en que se eligió el objeto de estudio. Se trató de intencionar las rupturas metodológicas a través del distanciamiento y el extrañamiento analítico que permitiera superar las doxas sociales y las doxas conceptuales, en tanto preconstrucciones del sentido común. Se trataba de precaverse ante el riesgo de atropellarse en el extremo de la subordinación al estudio al terreno a-crítico de las preconociones o de colocarse en la rigidez de los esquemas conceptuales ya establecidos en la disciplina científica. Para este proceso se mantuvo la actitud constante, por decirlo de alguna manera de investigar lo investigado.

Características metodológicas de la investigación.

Consideramos como universo de investigación a aquella realidad de carácter objetivo y total que sirve como referencia general para el interés de indagación, y para el proceso de construcción del objeto científico que interesa a este estudio. En esta investigación la realidad considerada como universo de estudio es C7. Este canal es considerado en este estudio como una institución de carácter local, con una señal abierta para la zona metropolitana y algunos otros municipios aledaños, con cobertura de señal al conjunto de la entidad y del país a través de canales de televisión de paga, y con transmisión de algunos de sus programas hacia el conjunto de los EUA, a través de Mexicanal (Directv 412) y a Buenos Aires, Argentina, a través del canal de televisión público de esta capital porteña: *Ciudad Abierta*. Legalmente C7 se encuentran bajo

la jurisdicción del gobierno estatal jalisciense, a través de la Secretaría de Cultura. Socialmente dice ser un canal de servicio público que busca responder a los intereses colectivos de los ciudadanos. Institucionalmente se plantean como propósito el contribuir a la difusión de la cultura. Culturalmente construye y circula formas simbólicas a través de las narrativas televisivas que proyecta. Comunicativamente cumple la función de construcción de sentidos y funciona como mediación en la conformación de representaciones entre sus televidentes. Como parte de este universo quedaron integrados los programas televisivos, (considerados en este estudio como narrativas) y el conjunto de televidentes que consumen programas proyectados por C7, sin importar edad, sexo, condición social, clase, creencias religiosas o preferencias políticas.

Cuando hablamos de población nos referimos a aquellos elementos, también de carácter objetivo que, como componentes del universo, son los que están bajo estudio en el contexto más amplio de este universo. Como población de estudio se contemplaron a los productores y conductores de los programas televisivos locales, a los propios programas que resultan de este proceso y a los televidentes de C7 que consumen regularmente los programas de producción local.

La selección es un proceso intencionado mediante el cuál quien investiga determina los criterios metodológicos que orientarán la elección aquellos procesos, elementos, dimensiones, fases, etc., que forman parte del horizonte de interés para el estudio. La tarea de selección implica agrupamientos, clasificaciones y categorizaciones de aspectos que se consideran serán útiles para la investigación. Se selecciona C7 porque es el canal que incorpora el conjunto de caracterizaciones propias del universo de estudio, además de ser el medio público y cultural al que desde la televisión abierta de la entidad se puede tener acceso de manera cotidiana.

Se seleccionaron tres niveles de muestra: una muestra de productores televisivos de C7, una de programas televisivos proyectados por este canal, y una de televidentes de estos programas. La selección de los productores televisivos se hizo considerando los criterios de que fueran sujetos que trabajaran regularmente en la producción televisiva de este canal, y cuya producción se haya traducido en productos que se han estado proyectando durante el año de 2006. Los programas televisivos a analizar se seleccionaron bajo los criterios de que fueran producciones locales; contruidos por los productores considerados en el estudio; que hayan mantenido una regularidad en su proyección durante el tiempo delimitado en esta investigación; y que

continuamente presenten sujetos sociales en sus narrativas. Los televidentes se seleccionaron considerando los requisitos siguientes: que fueran sujetos del público que vieran regularmente alguno de los programas seleccionado en el estudio; que su lugar de recepción de los programas fuera en la zona metropolitana de Guadalajara; que hayan realizado alguna llamada telefónica para participar en por lo menos uno de los programas televisivos; y que muestre disposición a compartir sus puntos de vista sobre las problemáticas que se plantea esta investigación.

La situación son las condiciones particulares que al nivel de espacios, tiempos, prácticas e interacciones son delimitadas como referentes en el desenvolvimiento de los elementos considerados en la investigación. Las condiciones que se toman en cuenta para seleccionar son las que emergen de la coyuntura de la proyección de la nueva imagen de C7 en el marco de la celebración de los quince años de existencia de este canal televisivo local. El tiempo de trabajo para desarrollar este proyecto comprendió los años de 2005-2006.

La muestra son los referentes empíricos que resultan del proceso de selección de elementos de la población, que forma parte del universo considerado en el interés de estudio. En este caso se consideraron: a) Productores televisivos y conductores de cuatro programas de producción local de C7; b) Cuatro programas televisivos locales proyectados semanalmente por C7: *Cantares y Costumbres*, *Póptico*, *Modular* y *Estrategias al Cubo*; c) Cuatro televidentes de cada uno de los programas mencionados.

Este estudio se encuentra delimitado espacial y temporalmente, así como por sus unidades de análisis. Por su especialidad este estudio se considera de carácter micro. Esta investigación se desarrollará en Canal 7 del SJRT en la ciudad de Guadalajara, Jalisco, México. El trabajo de producción y de difusión de C7 técnicamente se realiza desde esta ciudad. La señal abierta comprende también los límites de la zona metropolitana de Guadalajara, que es la referencia fundamental de este estudio, aunque también se sintonice en otros municipios de Jalisco. De ahí que el alcance espacial de este trabajo se ubique dentro de estas coordenadas. Por su temporalidad esta investigación es de tipo sincrónico. El objeto de estudio se abordará en el lapso comprendido entre enero y diciembre de 2006. Esta delimitación se hace con base en criterios de la dinámica curricular de esta maestría, considerando los tiempos que comprendería el construir los referentes teórico-conceptuales y metodológicos del proyecto, el realizar el trabajo de campo, interpretar analíticamente los resultados y plasmar en un trabajo expositivo

final los resultados obtenidos, de la misma manera que se contemplan en este lapso la permanencia al aire de los programas estudiados.

El objeto de estudio lo constituyeron los programas televisivos de producción local de C7, considerados como narrativas. Es a través de estos programas que se recuperó la presencia de los sujetos sociales en tres niveles: el de los sujetos productores y conductores de programas, considerando la dimensión de sus formaciones culturales y las modalidades de objetivación que éstas manifiestan en las narrativas televisivas.; el de los sujetos sociales representados a través de las narrativas televisivas; y el de los televidentes consumidores de los programas de interés para el análisis.

Como se ha señalado con anterioridad, la metodología es un proceso que busca recuperar los referentes empíricos que favorezca el esclarecimiento de la configuración, funcionamiento y dinámica del objeto de estudio. En este sentido, en este trabajo se buscó realizar un recorrido que permitiera articular procesos de de-construcción con la finalidad de identificar los elementos que constituían la realidad estudiada, sus articulaciones y las configuraciones que de ello resultaban.

La intención fue aproximarse a la comprensión de la realidad de estudio apoyándose en referentes conceptuales que orientaran la recolección de información en los escenarios seleccionados; realizar una labor interpretativa de los referentes empíricos obtenidos; y abonar, en la medida de lo posible, conceptualizaciones que contribuyeran a la construcción del campo de la comunicación.

Con este trabajo se pretendió construir un punto de llegada, que a la vez se conformara como punto de partida de otros estudios. Todo este proceso intentó colocar la posibilidad de realizar un proceso de re-construcción de la realidad que se fundamentara en una lectura analítico-interpretativa a partir de la información obtenida. Partiendo de este presupuesto se hizo necesario comprender la metodología como un trayecto que respondiera y se articulara a una perspectiva teórica y a una toma de postura epistemológica respecto a la realidad de estudio. Este recorrido solo pudo transitarse combinando momentos abstractos con momentos concretos, como rutas entrecruzadas de acuerdo a las necesidades marcadas por el propio proceso de investigación.

Esta investigación fue de corte cualitativo-hermenéutico, en la medida que su pretensión fue la de apropiarse de las características singulares de la realidad de estudio y de sus procesos implicados. No se pretendió realizar ninguna generalización, ni extrapolación a otras realidades. Mantuvo una dimensión hermenéutica, en tanto que reconoció al objeto de estudio como expresión simbólica configurada que requería analizarse bajo criterios immanentes y trascendentes.

Este trabajo se estructuró, de manera general, bajo las siguientes etapas metodológicas fundamentales: *Primera etapa*. Consistió en la fundamentación conceptual de la investigación. Los propósitos fueron los de de-construir los conceptos ordenadores de la investigación, para lograr una apropiación de ellos, y de re-construcción de dichos conceptos en categorías analíticas. Las definiciones se realizaron considerando la lógica que se desprende de la problemática abordada y la perspectiva teórico-metodológica desde la que se fundamentó el trabajo. *Segunda etapa*. Fue un trabajo de acercamiento a los productores televisivos de los programas seleccionados. El propósito a alcanzar en esta etapa era el de conocer los elementos de formaciones culturales sobre los que sustentan el diseño, producción y circulación de sus programas en tanto narrativas televisivas. *Tercera etapa*. Para este momento se trató de aproximarse al conocimiento de la configuración estructural de los programas televisivos locales que se analizaron. El propósito fue la de realizar la tarea de lectura de los componentes narrativos de los programas televisivos que ocupan la atención. De este acercamiento resultaron los referentes empíricos útiles para el análisis posterior. *Cuarta etapa*. Se trabajó con los televidentes de los programas analizados buscando conocer su punto de vista sobre la configuración y los contenidos de las representaciones expresados por las narrativas de los productos televisivos de C7 que se investigaron. *Quinta etapa*. Sistematización de la información registrada en las etapas correspondientes a la intervención de campo. El propósito de esta etapa fue la de re-construir los elementos, las relaciones y las articulaciones entre los diferentes elementos y niveles presentes en los productos televisivos analizados. *Sexta etapa*. Interpretación analítica de los resultados. El propósito fue la de dar una lectura estructural, historizada y holística de la información obtenida para construir la reflexión que de cuenta el punto alcanzado en el propósito de aproximación de conocimiento al objeto de estudio. *Séptima etapa*. Estructuración expositiva en un trabajo Terminal de los resultados obtenidos en el conjunto del proceso de investigación.

En esta investigación se utilizaron métodos deductivos, inductivos, comparativos y estructurales. Estos métodos se pusieron en práctica de acuerdo a las exigencias metodológicas planteadas por la propia investigación en sus distintos niveles y momentos. De esta manera se pudieron generar procesos de inferencia, de aproximación directa al objeto de estudio, de uso de analogías y de des-estructuración/re-estructuración.

Las técnicas que se utilizarán correspondieron a la lógica planteada por esta misma investigación. En la labor de exploración conceptual se utilizarán técnicas de revisión bibliográfica y documental. Para la aproximación a los productores y conductores televisivos se realizó un trabajo etnográfico basado en técnicas observación y registro escrito, sonoro y audiovisual, y entrevistas directas. En el trabajo de interpretación se utilizaron herramientas proporcionadas por el análisis semiótico y análisis del discurso.

En un sentido general, el trabajo se organizó temporalmente de la siguiente forma: a partir de enero de 2006 y hasta abril de este año se desarrolló el trabajo de construcción de los primeros borradores de los marcos de referencia y del marco teórico-conceptual. Además de trabajar la elaboración del diseño metodológico para la investigación. De mayo y hasta mediados de agosto se realizó el trabajo etnográfico con productores de C7 y televidentes. Además del monitoreo y registro los programas televisivos de interés para el análisis. Desde la segunda mitad del mes de agosto y hasta principios de noviembre se procuró cubrir la fase de sistematización y análisis de la información obtenida y construida como dato. En tanto que en las dos primeras semanas de noviembre se estructuró el trabajo en su forma final.

Estructura expositiva del trabajo.

Los resultados de esta investigación se presentan estructurados de la siguiente manera. El capítulo uno se dedica a abordar los referentes estructurales y subjetivos que permiten ubicar históricamente la problemática de estudio. En este capítulo se abordan aspectos relacionados con el significado actual de hacer ciencias sociales, y sobre la importancia de construir una mirada desde los estudios culturales en el marco de crisis del proyecto moderno; el papel que cumplen actualmente la comunicación, la cultura y los medios de masas; y algunas consideraciones sobre lo que ha sido y significa la televisión pública. En el capítulo dos se abordan los referentes conceptuales y el planteamiento metodológico que se siguió en cada una

de las fases y niveles de la investigación. En su parte conceptual se desarrolla la problematización sobre *el sujeto*, las *formaciones culturales*, las *narrativas* y las *representaciones sociales*. También se abordan las problemáticas referidas a la construcción sociocultural del televidente, el significado de la recepción y el papel que cumplen las mediaciones en este proceso. En este mismo capítulo se desarrollan las estrategias metodológicas particulares utilizadas en el cada uno de los momentos del trabajo. El capítulo tres está dedicado a presentar la dimensión empírica del estudio. Allí el sentido consiste en presentar los resultados del trabajo de indagación a diferentes niveles: se presenta el esbozo contextual institucional del estudio, donde se aborda la caracterización institucional y política de organismos como la Secretaria de Cultura, el Sistema Jalisciense de radio y Televisión y Canal 7. También se abordan los resultados que se obtuvieron sobre las formaciones culturales de los productores y conductores televisivos y las características técnicas y de lenguaje de imágenes. De la misma manera se presentan los resultados del análisis de las narrativas y representaciones contenidas en los programas televisivos, y los resultados sobre las representaciones construidas por los televidentes. Finalmente se presentan las conclusiones que se formularon obtener del desarrollo de este trabajo. Para cerrar la estructura de esta exposición se incluyen las fuentes de consulta que apoyaron la realización de esta investigación. Ahora se invita al lector a transitar por el texto que se le ofrece.

CAPÍTULO 1.

LOS REFERENTES ESTRUCTURALES Y SUBJETIVOS.

1.6 Los contextos socioculturales de crisis.

Hablar de producción, conducción, transmisión y recepción desde el ámbito de la televisión pública nos remite la mirada a reconocer los contextos estructurales y subjetivos que dan sentido histórico a este tipo de procesos. En primer acercamiento podemos decir que vivimos en una región del planeta compleja y contradictoria⁴. Una modernidad en crisis, que nunca devino en desarrollo autónomo, ni mejora en la calidad de vida para la mayoría de la población, ni en el establecimiento de una democracia real para todos. La globalización y la revolución tecnológica sorprenden a nuestras sociedades en situación de vulnerabilidad y desventaja Los flujos de

⁴ En este subcontinente encontramos un prisma que sintetiza insistentes contradicciones: “(...)la *resistencia* de sus tradiciones y la contemporaneidad de sus atrasos, las contradicciones de su modernización y las ambigüedades de su desarrollo, lo temprano de su modernismo y lo tardío y heterogéneo de su modernidad” (Martín Barbero, 2004:9)

información, de capitales y de cultura han sido un terreno propicio para reforzar la hegemonía de los países económicamente poderosos, mientras que ensanchan de diferencias, desconexiones y desigualdades respecto a los países más pobres.

Económicamente prevalece el afán capitalista de ganancia, favorecida por un proyecto neoliberal hegemónico. Los flujos de capitales se han mundializado bajo el soporte de las tecnologías de información. La producción y la comercialización se han des-localizado. Las fronteras de mercado prácticamente se han diluido. La lógica de mercado ha impuesto su dominio. La base tecnológica de las empresas se reconvierte. Los procesos productivos se reorganizan. La implementación de renovadas estrategias de productividad intensifica la sobreexplotación de la fuerza de trabajo. El poder adquisitivo de los salarios ha caído estrepitosamente. Se ha incrementado el desempleo. El trabajo informal se ha construido como alternativa de sobrevivencia. Prácticamente en el conjunto de países latinoamericanos las remesas provenientes de los trabajadores migrantes se han convertido en un aporte fundamental para la constitución del Producto Interno Bruto (PIB). El abismo de desarrollo económico entre los países ricos y los países pobres se ha ensanchado en beneficio de los primeros. Mientras que las crisis económicas se han convertido en un fenómeno recurrente.

Socialmente, las prácticas e interacciones entre los actores han sufrido cambios al modificarse las bases materiales y los sentidos y que habían permitido su articulación social. Bajo la presencia y actuación de los medios de masas y las tecnologías de información los espacios y los tiempos han dejado de ser referentes compartidos para el desarrollo de dichas interacciones. Las instituciones sociales⁵ heredadas por la modernidad se encuentran en crisis. Se desdibujan aquellos procesos que favorecían⁶ la objetivación de las prácticas de los grupos

⁵ Las instituciones cumplen un papel fundamental en el proceso de configuración, transmisión e internalización de sentidos de vida. Thompson (1998: 28) dice que las instituciones "...pueden observarse como un determinado conjunto de reglas, recursos y relaciones con cierto grado de persistencia en el tiempo y cierta extensión en el espacio, unidas por el propósito de alcanzar ciertos objetivos comunes. Las instituciones dan forma definitiva a campos de interacción preexistentes y, al mismo tiempo, crean nuevas posiciones en el interior de estos campos, así como nuevas trayectorias para organizar la vida de los individuos que las ocupan": En tanto que Berger y Luckmann (1997: 81) destacan la función que las instituciones cumplen respecto a los individuos. En este sentido señalan que: "Las instituciones han sido concebidas para liberar a los individuos de la necesidad de reinventar el mundo y reorientarse diariamente en él. Las instituciones crean 'programas' para el manejo de la interacción social y para la 'ejecución' de un currículum vital determinado. Proporciona modelos probados a los que la gente puede recurrir para orientar su conducta. Al poner en práctica estos modelos de comportamiento 'preescritos', el individuo aprende a cumplir con las expectativas asociadas a ciertos roles...si las instituciones están funcionando en forma razonablemente normal, entonces los individuos cumplen los roles que le son asignados por la sociedad en forma de esquemas de acción institucionalizados y viven su vida de acuerdo con currículos asegurados institucionalmente, modelados socialmente y que gozan de una aceptación generalizada e incondicional"

⁶ La existencia de las instituciones es impensable si no va acompañada de procesos de internalización de esas reglas, modelos, programas de acción y roles por parte de los sujetos. Estas internalizaciones comienzan en la familia, y siguen con el aprendizaje de roles sociales en la escuela,

sociales y se van modificando sus funciones de generación de sentido compartido, de otorgamiento de identidad y de reproducción social⁷.

Las instituciones políticas tradicionales, que con la maduración de la modernidad alcanzaron su auge, hoy se encuentran en una profunda crisis de legitimidad⁸. El Estado nacional se desdibuja y muestra su inoperancia para resolver los viejos problemas de soberanía, cohesión social, equidad, justicia, democracia real y desarrollo. Las instituciones jurídicamente representativas han perdido credibilidad bajo las repetidas experiencias de corrupción. Las viejas estructuras de vigilancia y coerción se muestran incapaces de mantener el control político y militar a través de los viejos métodos. El narcotráfico se ha erigido en un poder real, que disputa a las instituciones estatales la hegemonía territorial y que pone en cuestión la llamada “seguridad nacional”. Las guerras y los conflictos internos se han convertido en una constante a lo largo del siglo veinte, y se siguen manifestando hasta el primer lustro de este naciente milenio.

Culturalmente se acentúa la tendencia de des-espacialización y des-temporalización de las relaciones e intercambios entre los sujetos y grupos sociales. Con las tecnologías de la información y la globalización los referentes han cambiado, y de esta manera han perdido esa cualidad que posibilitaba a los sujetos contar con sentidos compartidos para desarrollar sus interacciones comunicativas. Las identidades han perdido sus bases tradicionales de respaldo. Nuevas identidades se están configurando, resultado de renovadas estructuraciones de lo social⁹. En el centro de las transformaciones culturales se encuentra la manifestación de una diversidad objetiva (la migración es un ejemplo), que permite nuevos encuentros, pero que también se acompaña de procesos de intolerancia, exclusión e invisibilización de los otros, de los diferentes. De la misma manera que la globalización ha posibilitado el contacto cultural entre

con los amigos y en el trabajo. De esta manera, y a través de estos procesos las “...estructuras de la sociedad se transforman en estructuras de la conciencia” (Berger y Luckmann, 1997: 82).

⁷ Esto redefine escenarios donde “(...) por todas partes nos asaltan las evidencias de los cambios en todos los órdenes sociales: en lo económico, en lo político, en lo cultural, pero especialmente en la esfera de la socialidad, es decir, en las formas en que interpretamos entre nosotros, en la manera en que nos representamos y ordenamos el mundo, en los modos de vivir la vida cotidiana” (Reguillo, 1995: 39-40)

⁸ En México en lo que menos cree la gente es en los políticos y los partidos. En cambio, a lo que más confianza le otorga es a los sacerdotes y a los medios.

⁹ Del seno mismo de la estructura social, y como resultado de las contradicciones históricas acumuladas han emergido nuevos sujetos y movimientos sociales, como los ecologistas, altermundistas, homosexuales y feministas. Junto con estos grupos aparecen nuevas formas de reflexión y de representación. Su presencia posibilita desencantar el mundo construido y ofrecido por el proyecto de la modernidad basado en el criterio de la universalización de identidades, pertinencias y legitimidades únicas.

grupos distantes y diferentes, también ha generado el surgimiento de tendencias localistas ultraconservadoras¹⁰.

Para los sujetos sociales es fundamental contar con certidumbres. Desde la vida cotidiana las certezas son expresiones construidas de sentido, que sirven al individuo para identificarse, para colocarse en un lugar social y para definir el tipo de interacciones que debe desarrollar a partir de esa identidad y del lugar reconocido como escenario para actuar. Este posicionamiento social opera como un proceso de construcción no sólo respecto a sí mismo, sino también en relación a los *otros* sujetos sociales, a los que no son *él*. Estas certezas de sentido tienen un origen social. Sin embargo, la crisis de este proyecto moderno ha generado desencanto social¹¹.

La crisis de la modernidad modifica resquebraja los sentidos de vida construidos por los sujetos¹². En el centro de toda crisis de sentido se encuentran los sujetos con sus relaciones estructurales y su construcción de subjetividad. Porque la crisis de sentido, aunque es una crisis de subjetividad, esencialmente es una manifestación subjetiva-simbólica¹³ de la recomposición histórica de la articulación entre lo estructural real y lo estructural representado desde los sujetos¹⁴. Ante la pérdida de la base estructural que posibilitaba la permanencia de sentidos los sujetos sociales han comenzado a desarrollar nuevas formas para construir certidumbres, que generalmente son re-configuraciones de viejas instituciones y viejos ritos. Surgen de esta manera otras instituciones y otros ritos que favorecen la sobrevivencia de los sujetos en estos periodos de transición.

¹⁰ Bajo estas condiciones, reconoce Ianni que el mundo se ha movido en estos nuevos tiempos oscilando entre la interdependencia e integración y la fragmentación y el antagonismo. Precisa que: "Las fuerzas de la fragmentación incluyen al nacionalismo, el regionalismo, la nacionalidad, el tribalismo, el tradicionalismo, el fundamentalismo, el islamismo, el tercermundismo y otras más; involucrando a sociedades nacionales, grupos, clases, etnias, minorías y otras expresiones de la vida nacional, continental y mundial. Para sorpresa de muchos, junto a las fuerzas de interdependencia e integración se mueven las de la fragmentación y antagonismo" (Ianni, 1995: 102).

¹¹ Los sujetos sociales buscan respuestas a sus incertidumbres en contextos de este mundo cambiante. Bajo estas condiciones han dado lugar a nuevas formas de relacionarse socialmente, de hacer sus prácticas, de organizarse y de representarse e imaginarse esa forma peculiar de ser y estar en el mundo, y de representar e imaginar a los otros y a sí mismos.

¹² "Las arraigadas interpretaciones de la realidad se transforman en hipótesis. Las convicciones se tornan en cuestión de gusto. Los preceptos se vuelven sugerencias. Estos cambios en la conciencia crean una impresión de cierta 'insipidez' (Berger y Luckmann, 1997: 88). Esto hace comprensible que "(...) el desvanecimiento de las certidumbres se coloca como premisa necesaria en un contexto sacudido por transformaciones en todos los órdenes de lo social" (Reguillo, 2005: 61)

¹³ Y es que "(...) el problema con que se enfrenta la mayoría de las personas en la actualidad es un problema de des-ubicación simbólica: en un mundo en que la capacidad de experimentar ha quedado desvinculada de la actividad del encuentro" (Thompson, 1998: 271)

¹⁴ Ahora los espacios son inciertos, como inciertas son las prácticas que en ellos se desarrollan e inciertos los sujetos con los que se establecen relaciones. Las viejas representaciones ya no son útiles para cumplir su función orientadora de pensamientos y prácticas de los sujetos.

En estas condiciones, social y culturalmente resultan insuficientes los modelos de actuación proporcionados por la tradición oral y la comunicación directa. De ahí que en la actualidad, “(...)el proceso de formación del yo se nutre progresivamente de materiales simbólicos *mediáticos*(...)” (Thompson, 1998: 269). La comunicación¹⁵ y los medios de masas cumplen un papel en la construcción de referentes para enfrentar la incertidumbre¹⁶. Los medios de masas se constituyen en una característica de la comunicación de masas. Representan su sustrato de producción y de difusión de carácter institucional-industrial-mediático, basado en innovaciones técnicas, explotación comercial de sus productos y de producción de formas simbólicas para el consumo amplio (consumistas, hedonistas, adonistas e individualistas), de destinatarios plurales, bajo la lógica de la valoración económica. Es a esto que se denomina industrias mediáticas. Respondiendo a la lógica de mercado prevaleciente en la sociedad, desde las empresas de medios se profundiza el proceso de industrialización y comercialización de la cultura¹⁷. Así, en la actualidad, los medios asumen una posición estructural de poder real.

Ese poderío de los medios de masas se manifiesta estructuralmente en sociedades como la mexicana. Las limitaciones en empleo, salud, alimentación, seguridad social o vivienda contrastan con el gran desarrollo y predominio de los medios de masas. El proyecto de modernidad se ha traducido en modernización de los medios, pero no en modernización de la calidad de vida para más de la mitad de la población de este país¹⁸. Los medios de masas cumplen un papel fundamental en la producción y reproducción de una diferencia que se traduce en desigualdades sociales y culturales. Y es que los medios están lejanos a la neutralidad¹⁹.

¹⁵ Asumiendo la definición que sobre comunicación de masas construye Thompson, (1998; 46-47) podemos decir que por ésta se entiende “...*la producción institucionalizada y difusión generalizada de bienes simbólicos a través de la fijación y transmisión de información y contenido simbólico*”.

¹⁶ Los medios de masas han ocupado el lugar del libro como dispositivo para la aproximación a las formas de pensamiento e ideales modernos de vida (Martín Barbero, 2004:169)

¹⁷ La labor de la mayoría de los medios de masas se inscribe en la lógica de mercado a la que subordina cualquier manifestación cultural. Por eso es menester tomar en cuenta la advertencia de Martín-Barbero. Dice él: “Los medios aparecen como agentes de reorganización del campo cultural: espacios de punta en la industrialización y comercialización de la cultura, en el desplazamiento de las tradicionales fuentes de producción por instituciones y empresas especializadas que responden a dispositivos tecnológicos e intereses económicos cada día más enganchados a las lógicas del mercado mundial” (Martín Barbero, 2004:169)

¹⁸ Esto lo reconoce Martín-Barbero cuando dice que “...la centralidad indudable que hoy ocupan los medios resulta desproporcionada y paradójica en países con necesidades básicas insatisfechas en el orden de la educación o la salud como los nuestros, y en los que el crecimiento de la desigualdad atomiza nuestras sociedades deteriorando los dispositivos de *comunicación*, esto es, de cohesión política y cultural.” (Martín Barbero, 2004:16).

¹⁹ Lo cierto es que se configuran como “...un factor de despolitización que actúa, evidentemente de manera prioritaria sobre las fracciones más despolitizadas del público, más sobre las mujeres que sobre los hombres, más sobre los menos instruidos que sobre los más instruidos, más sobre los pobres que sobre los ricos” (Bourdieu, 1999b: 112)

La diversidad social y cultural es una realidad consustancial a las sociedades actuales. En contextos de globalización los medios operan como dispositivos que aproximan a los sujetos al conocimiento de lo diferente, de lo distante. Los medios descentran a sus públicos, colocándolos en otros tiempos y espacios distintos a los propios de la recepción²⁰. Ante la presencia de otras realidades los pensamientos y las sensibilidades de los sujetos cambian. Se comportan como verdaderos agentes socializadores de lo local con lo global, a través de narrativas que favorecen la construcción de representaciones sociales que los actores sociales hacen de sí mismos y de los otros, y de los espacios, tiempos y prácticas asociadas a ellos²¹. Desde los medios se favorecen procesos de construcción de sentidos sobre el mundo y sobre la vida, sobre sí mismos y sobre los otros, los diferentes y distantes. La labor de los medios no se reduce a dar cuenta de la diversidad cultural²²

Aún las propias identidades se ven marcadas por estas lógicas de funcionamiento de los medios. Los medios de comunicación influyen de manera determinante en la forma y el sentido de las nuevas formas de auto-reconocimiento y agrupación que se vienen construyendo. Estas aparecen desvinculadas de las memorias territoriales; relacionadas estrechamente a los productos de los medios de masas y a un consumo y uso determinado por la propia lógica mercantil; con temporalidades cortas y contradictorias; segmentadas por las estrategias mercadotécnicas, al mismo tiempo que intentando ser unificadas bajo criterios de lo global²³.

²⁰ Esa des-estructuración de las temporalidades se expresa en los mensajes de los medios de masas como. Martín-Barbero se refiere a este proceso como "...a la mezcla de tiempos y ruptura de las continuidades, al saqueo descontextualizador de las tradiciones y a la mezcla del pasado histórico con el futuro mítico de la ciencia ficción" (Martín Barbero, 2004:170).

²¹ Pero este es un proceso que no sigue un solo camino: "...en las sociedades latinoamericanas los medios, al posibilitar el acceso a otras visiones del mundo y a otras costumbres, han contribuido a enfriar los sectarismos políticos y religiosos, a relajar los talantes represivos y las tendencias autoritarias" (Martín Barbero, 2004:155) Sin embargo, por otro lado, los medios de masas "...nos exponen cotidianamente a la diversidad de los gustos y las razones, a la diferencia, pero también a la *indiferencia*, a la creciente integración de lo heterogéneo de las razas, de las etnias, de los pueblos, de los géneros..." (Martín Barbero, 2004:156)

²² Dice Martín-Barbero: "En su sentido fuerte –transnacional- la acción de los medios se inserta en el proceso de desvalorización y neutralización tanto de lo propio como de lo otro, esto es de pérdida del sentido del intercambio entre las diferentes culturas por imposiciones y refuncionalizaciones que las integran desintegrándolas y las subordinan indiferenciándolas" (Martín Barbero, 2004:169). En esta misma dirección apunta la reflexión de Ferrés cuando plantea: "Los medios de masas audiovisuales son precisamente una gigantesca industria de sueños y mitos, una poderosa industria de creación de asociaciones emotivas. Con su extraordinario poder para la manufacturación de sueños imponen aquellas imágenes mentales que, a partir de los deseos y emociones que generan o reflejan, orientaran la futura conducta de los soñadores" (Ferrés, 1996: 50) Es de subrayar que los medios interpelan a los sujetos con múltiples y fugaces imágenes, lo que provoca que estos hagan lecturas fragmentadas, diversas y con múltiples significaciones de los mensajes que reciben (Reguillo Cruz, 1996b) Se puede entender, entonces, que los medios de masas proveen imágenes y construyen realidades (Reguillo Cruz, 1996a)

²³ Como se puede observar en múltiples casos, el peso social de los medios re-configura, pero no anula las manifestaciones de nuevas identidades y socialidades caracterizadas por su heterogeneidad. Los elementos distintivos no sólo establecen bases para reconocer la diferencia, sino también son el fundamento de movilizaciones socioculturales (Reguillo, 1995a). Es en este tipo de manifestaciones donde se pueden reconocer las maneras singulares en que estos sectores movilizados se relacionan con los medios de masas.

Por otro lado, cabe decir que los medios se constituyen actualmente en el nuevo “espacio público”, que acercan realidades objetivan discursos y favorecen interacciones comunicativas entre los sujetos sociales. De ahí que consideremos que “(...) hoy son los medios masivos, y en modo decisivo la televisión, el equivalente del antiguo *ágora*: el escenario por antonomasia de la cosa pública” (Martín Barbero, 2004:137) Sin embargo, el espacio social de los medios sigue siendo infinitamente superior a la magnitud de representación que en ellos tienen las expresiones culturales y políticas de las mayorías. En los medios aún no se atienden las posturas que sobre los asuntos públicos tienen los sectores no hegemónicos de la sociedad. Y es que los medios no sólo socializan sino que, además, construyen legitimidad para algunos grupos y deslegitiman a otros a través de sus narrativas. De esta manera, los medios se convierten, aun sin proponérselo, en cajas de resonancia del acontecer social y cultural, al mismo tiempo que son peso y contrapeso en la vida social y ojo vigilante y vigilado (Reguillo, 1996a).

El espacio de actuación de los medios de masas se puede considerar un campo, en términos de Pierre Bourdieu (1987). En la medida que el campo mediático es un espacio reglamentado, donde se encuentran posicionados agentes sociales, que sobre todo actúan en forma de instituciones, ubicados en dicho espacio a partir del capital específico que poseen. Y considerando la posición que ocupan, desarrollan relaciones de fuerza, objetivas, respecto a otros agentes sociales con quienes comparten su presencia en el campo, la reglamentación para la lucha y la competencia por un objetivo común: la audiencia²⁴.

Por otro lado, Berger y Luckmann colocan a los medios de masas dentro de la categoría de aquellas instituciones que brindan sus servicios interpretativos a un mercado abierto de consumidores. Son instituciones secundarias, que tratan al sujeto como objeto pasivo de sus servicios simbólicos. Y destacan la manera en que esta crisis de instituciones de la modernidad se traduce en una actitud del Estado de trasladar su responsabilidad de otorgar atención social, por ejemplo, a los medios y a este sistema de expertos.

1.7 La necesidad de nuevas explicaciones sobre lo social.

²⁴ La lucha por los públicos es una disputa que comprende diferentes dimensiones. Se lucha económicamente por la ganancia; políticamente por el dominio y la legitimidad; ideológicamente por hacer prevalecer su visión del mundo; culturalmente por lograr el predominio en la producción, circulación y recepción de formas simbólicas determinadas. En campo de medios también está presente la intención de alcanzar el monopolio de la violencia legítima, que en este terreno significa el monopolio del discurso y de la narrativa construida que permita incrementar los capitales económico, político, social y cultural.

Otros contextos socio-históricos se han hecho presentes. Ante el nuevo prisma en el que se han constituido las sociedades, se muestran insuficientes las explicaciones de los fenómenos sociales pensándolas exclusivamente desde criterios de fronteras locales²⁵. Las reconfiguraciones que se viven en la realidad económica, social, política y cultural, también trasladan sus repercusiones al terreno de la producción científica. Si el objeto de estudio científico de las ciencias sociales es la sociedad misma, esto implica que las transformaciones, amplias y profundas, que la sociedad viene resintiendo exigen de las ciencias sociales nuevas aproximaciones, otras explicaciones, distintas formas de enunciación y una construcción conceptual diferente sobre la realidad social²⁶. Las modificaciones en la estructura social y en la dinámica de relaciones entre los individuos y los grupos han hecho necesario favorecer rupturas respecto a aquellas formas de construcción y explicación de la realidad que en otros momentos fueron útiles para intentar comprender la problemática social²⁷. Sin embargo, no se trata de abandonarlo todo. También es importante considerar aquellos elementos a los que se les debe dar continuidad como acumulación de saberes explicativos. No se trata de partir de cero en la construcción del conocimiento social en contextos de cambios²⁸. Las ciencias sociales tienen la responsabilidad de aportar las explicaciones que permitan entenderlos como parte constitutiva de este mundo socialmente diverso y culturalmente plural. Se necesita volver la mirada a las

²⁵ En opinión de Reguillo: "El desafío es pensar el mundo como realización de lo local, y lo local como realización de lo global (Reguillo, 2005: 62) Ahora se hace indispensable plantearse los estudios considerando las formas concretas en que la globalización se expresa en las sociedades locales y los tipos de transformaciones que ha operado en los sujetos, sus prácticas, sus interacciones, sus instituciones y sus representaciones. Vale acompañar la palabra, "...en momentos en que se desmoronan los edificios políticos, económicos y sociales y, con ellos, las instituciones que la modernidad levantó, reaparecen de igual manera las contradicciones y los conflictos latentes, cuyo debate y solución han sido pospuestos, pensando en que el tiempo terminaría por borrar las diferencias que enfrentan y separan" (Reguillo, 1999: 103). Bajo estas circunstancias los estudiosos de las ciencias sociales no pueden mantener ya su visión estadocéntrica (Wallerstein, 1996) como referente de explicación de los problemas políticos de la nación.

²⁶ En palabras de Ianni (1995: 116): "Si las ciencias sociales nacen y se desarrollan como formas de autoconciencia científica de la realidad social, puede suponerse que es posible desafiarlas cuando la realidad ya no es la misma. El contrapunto entre pensamiento y pensado, o entre lógico e histórico, puede alterarse un poco, o mucho, cuando uno de los términos se modifica y, más aún, cuando se transfigura".

²⁷ Y es que "La discusión parte de aceptar la crisis en los saberes, la inestabilidad en la 'nomenclatura' científica, o mejor aún, en los lenguajes para nombrar y clasificar el mundo" (Reguillo, 2005: 62). Para Martín-Barbero (2004:9, 13) esto se explica por razones estructurales. Dice que la experiencia cotidiana "(...) tanto o más que la crisis de los paradigmas nos está exigiendo cambiar no sólo los esquemas sino las preguntas"

²⁸ Como señala Renato Ortiz (1999: 20), por ejemplo, que no se puede hacer un estudio de la sociedad capitalista contemporánea sin tener como referencia Marx, Weber o Durkheim. Pero cuidado, ni hacer un fetiche de los conocimientos acumulados en la tradición construida desde las ciencias sociales ni aferrarse rígidamente a los conceptos construidos. O en palabras del propio Ianni (1995: 112): "No se trata de pensar que el patrimonio teórico disponible necesite ser abandonado. Nada de eso. Claro que representa conquistas innegables en términos de explicación y comprensión...se trata de reconocer que las conquistas teóricas ya alcanzadas por las ciencias sociales pueden ser desarrolladas, renovadas". En palabras de Reguillo (1999: 111): "La realidad que hoy se vive, atravesada por nuevas contradicciones que dan paso a otros imaginarios sociales, requiere la elaboración de instrumentos teóricos que, sin perder de vista la acumulación de los saberes, sean capaces de penetrar la opacidad de esos procesos sociales para generar nuevos mapas de conocimiento. Sólo así resulta fructífero repensar las ciencias sociales".

reflexiones ontológicas, gnoseológicas epistemológicas que permitan entender la realidad como una totalidad histórica, multidimensional, contradictoria y dinámica. Para un mundo complejo y diverso como el actual, es insuficiente una perspectiva monodisciplinar. Es necesario revisar los dominios y la tradición de cada una de las disciplinas que forman parte del campo de las ciencias sociales (historia, sociología, antropología, ciencias políticas, economía). Es indispensable considerar que las transformaciones estructurales y culturales marchan a la par de una hegemonía que se ejerce desde corrientes positivistas y funcionalistas que pretende colocar fuera de los terrenos legítimos del conocimiento por ellas sancionadas a cualquier iniciativa que socave aunque se de forma mínima sus presupuestos establecidos²⁹.

También desde las ciencias sociales se ha comenzado a entender que es imposible comprender cabalmente las nuevas realidades reduciendo el análisis exclusivamente a los factores estructurales (económicos, sociales, políticos) o solamente a los aspectos subjetivos e inter-subjetivos (culturales) de las clases, grupos e instituciones de la sociedad. Para este momento se intenta articular lo estructural con lo subjetivo, lo micro-local con lo macro-global y lo sincrónico con lo diacrónico, buscando síntesis renovadas. Se necesita romper intencionadamente las ataduras analíticas que vinculan el estudio de sociedades como la mexicana con base en parámetros comparativos respecto a los niveles de desarrollo alcanzados por sociedades llamados del primer mundo. Se requiere hacer de la recuperación histórica de los procesos, la estructuración y dinámica específica de las sociedades latinoamericanas, una postura y una herramienta de análisis fundamental. El reto es buscar desde lo local las formas concretas en que la modernidad ha sido pensada y traducida a políticas de modernización y de construcción de productos modernos. Se trata de que, desde las ciencias sociales, se descubra esa otra modernidad. Hacer ciencias sociales implica ahora preocuparse por realizar aproximaciones a la comprensión de las realidades construidas y reconstruidas por los sujetos sociales teniendo como eje la presencia de la diversidad y de aquellas discursividades de intolerancia hacia los diferentes.

²⁹ Se trata de plantearse una temática y preguntas que rompan con la lógica que ha establecido la división internacional del trabajo intelectual en el campo de la comunicación, adscribiendo a los investigadores latinoamericanos a la marginalidad y al estudio de lo que Reguillo llama "objetos seguros", permitidos, locales (2005: 24-25). Comprender los fenómenos sociales emergentes hace indispensable construir rutas teóricas y metodológicas de aproximación a la realidad de carácter multi, inter y transdisciplinar. Este sería una alternativa para superar el conservadurismo intelectual que favorece el trabajo desde las certidumbres de las temáticas, los enfoques y la construcción conceptual y metodológica ya establecida.

La investigación y la práctica comunicativa pueden cumplir con una función primordial en la búsqueda de explicaciones y alternativas a las nuevas realidades sociohistóricas que caracterizan a la época actual, siempre y cuando no se piense la comunicación como un campo de saber independiente de otras disciplinas³⁰ Es necesaria una visión postdisciplinar, donde la comunicación sea considerada como una ciencia de frontera (Reguillo, 2005: 46) Bajo estos contextos, es necesario tener en mente que: “En momentos en que las utopías parecen desdibujadas y la violencia amenaza con expulsarnos hacia lo privado-individual, la comunicación reconstituye en una cuestión vital para salir de los ghettos en los que nos hemos confinado.

“Es la comunicación como espacio de conversación y acuerdo intersubjetivo, la que en diferentes ámbitos da sentido a las identidades que deben estar ancladas en un horizonte posible el compromiso con colectivo de hacer que la palabra fluya y sea reconocida por los otros”. (Reguillo, 2001: 75).

1.8 La perspectiva de los estudios culturales³¹.

La presente investigación asume a los estudios culturales como su perspectiva³² de referencia para el desarrollo del proceso que permita la construcción del objeto de estudio y las aproximaciones para su comprensión científica. Pero ¿Cuáles son algunos presupuestos que tomamos como referencia cuando se habla de estudios socioculturales? y ¿en qué consistirían las implicaciones epistemológicas, metodológicas, metódicas, técnicas y prácticas de construir la investigación desde esta perspectiva? Enseguida se presentan en un primer esbozo algunos

³⁰ Dado que “(...) las evidencias conceptuales y empíricas señalan que la alternativa para el siglo XXI es el pensamiento complejo, transversal, fluido y transdisciplinario” (Reguillo, 2005: 38) Por ejemplo, las explicaciones sobre la crisis de la modernidad resultarán insuficientes si sólo se utilizan criterios de causalidad. Para entender esta crisis es indispensable considerar criterios de análisis recursivo que le den su real peso a la comprensión de los fenómenos de implosión que sufren las instituciones creadas por la misma modernidad.

³¹ Armand Mattelart (2004) construye una reflexión crítica sobre el origen, evolución y el estado actual que guarda, desde su punto de vista, esta perspectiva de estudio.

³² La perspectiva seleccionada para el análisis orienta el trabajo de investigación en los más variados niveles: a) selección de la problemática de estudio; b) posicionamiento epistemológico en la investigación; c) estructuración metodológica del estudio; d) definición de métodos y técnicas para realizar el trabajo; e) apoyo para los procesos prácticos involucrados en el estudio; y f) posibilidad de vigilancia metodológica buscando dotar rigurosidad y pertinencia al estudio. Se busca que la perspectiva que fundamente el estudio proporcione un marco coherente que permita el distanciamiento del objeto de estudio y su reorganización analítica, favoreciendo una ruptura epistemológica con las prenociones que orientan la reflexión cotidiana, y que la mayoría de las veces acompañan inicialmente la reflexión sobre el objeto de estudio de quien investiga.

presupuestos básicos que se desarrollarán a lo largo de la exposición, de manera más amplia y enfocada al objeto de estudio que nos ocupa. a) *Antecedentes*. Por sus orígenes los estudios culturales se asocian a la experiencia británica representada por la escuela de Brimingham, de Raymond Williams y Stuart Hall. Los aportes a los estudios culturales en este subcontinente provienen de distintas posiciones teóricas: “(...) las teorías feministas, coloniales y postcoloniales, sociosemióticas, de la crítica literaria, de teorías críticas de la recepción y de una nutrida representación de la antropología simbólica, entre otras importantes posiciones que confluyen en este ámbito” (Reguillo, 2004: 3); b) *Forma*. Por su forma, los estudios culturales son una perspectiva, un modo particular de observar la realidad, vinculándose directamente con los sujetos y buscando desarrollar investigaciones empíricas metodológicamente consistentes. Desde ahí se busca construir nuevas lecturas sobre esa realidad compleja³³; c) *Objeto de estudio*. Los objetos de estudio no son exclusivos de este enfoque. Estos objetos pueden ser del más variado tipo. Pero lo que distingue a los estudios culturales es la perspectiva que se construye y la manera en que se abordan las problemáticas ingentes de la realidad considerando un análisis basado en las intersecciones disciplinares y en las diferentes dimensiones, fases y niveles de articulación entre lo estructural, lo subjetivo/intersubjetivo y sus formas de objetivación/subjetivación³⁴; d) *Institucionalidad*. Institucionalmente, los estudios socioculturales toman cuerpo organizativo en una comunidad intelectual con orígenes en disciplinas diversas. Esta comunidad se ubica en los intersticios disciplinares y transdisciplinares del campo de las ciencias sociales, construyéndose como una opción de explicación de la realidad social y considerando a la cultura como realidad dinámica y sujeta a constantes y entrecruzadas tensiones. Los estudios culturales colocan a la cultura como el punto nodal de sus reflexiones. Este posicionamiento tiene sus orígenes en las propias circunstancias

³³ Y es que: “Más que acentuar las aristas de un campo disciplinario, los estudios culturales nos ayudan a reubicarnos en los diferentes intersticios desde los cuales es posible agudizar las miradas críticas sobre nuestras sociedades y...considerarlas como una nueva trama de códigos que nos permiten interpretar los fenómenos sociales, destacando el papel de la cultura y de las representaciones colectivas en las relaciones sociales...Los estudios culturales más que buscar la formación de un campo disciplinario, representan un enfoque que articula perspectivas transdisciplinarias desde las cuales se conforman nuevas comunidades interpretativas y nuevas formas de significación” (Valenzuela, 2003: 25-26)

³⁴ En Palabras de Rossana Reguillo: “(...) desde América latina viene cobrando fuerza y forma una intensa discusión en torno a los enfoques de la cultura, en el sentido de asumir el desafío que implica hoy día pensar en articulaciones que sean capaces simultáneamente, de contener y explicar las relaciones entre el orden simbólico y el orden de lo material, que no minimicen la fuerza productiva de la significación pero que tampoco eludan los marcos constrictivos del orden estructural en el que esta significación se expresa y cobra sentido”. Y más adelante señala: “Lo sociocultural alude precisamente al lugar donde se tocan y se afectan las estructuras sociales objetivas y los procesos simbólicos, lugar de cruce de los sistemas como fuerzas productivas y constrictivas con la capacidad de agencia de los actores sociales que desde la subjetividad son capaces de apropiarse, negociar o resistir al sistema; lugar de interface entre la reproducción y la capacidad de transformación e imaginación social” (Reguillo: 2004: 15-16).

de desarrollo histórico de las sociedades latinoamericanas desde donde se ha construido esta reflexión; e) *Campo*. Políticamente, los estudios culturales se colocan como parte de la disputa que se desarrolla en el campo de las ciencias sociales por la legitimidad de las explicaciones interdisciplinarias que se construyen sobre los fenómenos sociales, en oposición a las explicaciones que se hace desde las disciplinas pensadas compartimentadamente, con base en posiciones dominantes dentro del campo; f) *Perspectiva conceptual*. Por sus ópticas conceptuales, los estudios culturales se interesan por la subjetividad (relacionada con el sujeto), el poder (relacionada con la política) y con la cultura (relacionada con lo simbólico). Su mirada se dirige a los procesos sociohistóricos que aproximen a la comprensión de la singularidad latinoamericana en sus articulaciones con los contextos mundiales; g) *Lugar del sujeto*. Por las problemáticas de estudio, los estudios culturales otorgan al sujeto una importancia central. Metodológicamente esto se traduce en una preocupación continua por desentrañar las formas y el origen de las tensiones y articulaciones entre estructuras, instituciones y subjetividad de los actores sociales. El sujeto aparece como referente indispensable para indagar las formas en que las estructuras se hacen presentes en los sujetos y como éstos se encuentran presentes en las estructuras³⁵; h) *Eje del poder*. Los estudios culturales también se preocupan por destacar la función de mediación que cumple el poder en las prácticas de los sujetos. Se interesan por las “políticas de reconocimiento” que tienen como base la diversidad cultural que se evidencia de forma más nítida en los contextos actuales de globalización³⁶; i) *Diferencia y diversidad*. La preocupación radica en reconocer la dinámica de las diferencias en tanto mediación de la acción de los actores y los grupos sociales. En este mismo sentido, se interesan por los procesos analítico-deconstructivos que posibiliten la des-naturalización y visibilización de fenómenos como la exclusión, marginación y dominación; y se preocupan por desarrollar estudios culturalmente situados; j) *Multidimensionalidad*. Se trata de estudios multidimensionales

³⁵ .“De fondo, lo que se juega en este territorio, es la capacidad de mantener en tensión analítica la relación entre estructuras y procesos, entre el peso objetivo de las instituciones y la vuela chapucera de la que es capaz la subjetividad de los actores” (Reguillo, 2004:12).

³⁶ En este sentido, dice Valenzuela (2003: 24): “Los estudios culturales consideran aspectos como la *diversidad*, que es una categoría sociocultural de comparación además de sistema de reconocimiento de contenidos culturales y costumbres propias de un grupo social), y la *diferencia* (entendida como proceso de enunciación de una cultura, con lo cuál ésta deviene conocible y adecuada a la creación de sistemas de identificación cultural), pero también la conformación de sistemas de significación, mediante los cuales se atribuyen sentidos y significados, acción que también incluye la (re)producción de prejuicios y estereotipos”.

(cuantitativos-cualitativos, micros-macros, por ejemplo)³⁷; k) *Estudios situados*. Y al hablar de estudios situados no se trata de refugiarse en el localismo. Por el contrario, se pretende articular en los análisis las dos dimensiones articuladas de lo local y lo global, en sus dinámicas de contradicción y complementariedad, de recursividad. A esto se refiere Valenzuela cuando señala la importancia de construir los estudios culturales de manera histórico-social, que den cuenta de la movilidad de los sujetos sociales en los contextos actuales (Valenzuela, 2003: 24); l) *Crítica cultural*. A través de los estudios culturales se busca también desmitificar los propios estudios de la cultura, quitándoles el halo mágico como única alternativa de comprensión y transformación de las realidades socioculturales latinoamericanas.

Los estudios culturales latinoamericanos se han preocupado por aportar su esfuerzo buscando entender estas nuevas realidades. Se ha tratado de mantener la finalidad investigativa que busca apropiarse de la dinámica de los procesos socioculturales (lo estructural y lo subjetivo/intersubjetivo) para identificar sus singularidades y rasgos compartidos con otros fenómenos parecidos. La apuesta radica en que los estudios socioculturales pueden contribuir a la re-configuración que las ciencias sociales requieren en la medida que se orienten a desarrollar estudios sobre la propia realidad latinoamericana. La tarea es saber dirigir la atención a la realidad social para reconocer las problemáticas emergentes, de nuevo tipo, que puedan ser analizados; reconocer sus características, asombrarse, extrañarse, construir las evidencias empíricas e interpretar el fenómeno estudiado.

Esta investigación procura colocarse en el horizonte que representan los estudios culturales. Por esta razón se vincula de manera estrecha con los sujetos de estudio (productores, conductores, sujetos representados y audiencia) favoreciendo diferentes posicionamientos y posibilitando miradas diversas sobre una realidad considerada como compleja, con entrecruzamientos estructurales (producción institucional televisiva) e inter-subjetivos (representaciones sobre los sujetos) y objetivaciones simbólicas (narrativas televisivas), en condiciones de lucha de poder (decir, representar, visibilizar, naturalizar, legitimar, etc.) y contextos de diversidad cultural (variedad de condiciones de recepción y variedad de re-configuraciones de sentido), arraigados en la cotidianidad (producción y consumo televisivo).

³⁷ La realidad presente así lo exige: “La realidad no es unidimensional, habita en mil partes distintas, en la luz y en la oscuridad, en los grandes acontecimientos y en los grandes relatos, pero despliega toda su potencia en esos momentos difíciles de retener que llamamos vida cotidiana” (Reguillo, 1995: 53)

1.3.1 Otra mirada sobre la *cultura*.

Desde las ciencias sociales la cultura se ha problematizado de diversas maneras³⁸. Asumir otra colocación ante la cultura nos puede permitir entender que las sociedades son diferentes, pero que sólo en determinadas condiciones históricas estas diferencias devienen en desigualdad³⁹. Es por eso que desde los estudios socioculturales habría que tener claro que: “Además de las derivadas de aspectos económicos, las diferencias entre pueblos y grupos sociales han estado fuertemente delimitadas por la semantización de las diferencias” (Valenzuela Arce, 1999: 123). Esta semantización es de carácter histórico, y ha permitido que desde el discurso académico y las doxas sociales, se construya una adscripción racial determinista para justificar la ubicación de los sujetos en la estructura social. O bien, esta semantización pretende justificarse mediante criterios de determinismo ecológico, donde se da predominancia al papel del ambiente en la definición de los rasgos culturales. Este mismo tratamiento se le ha dado a manifestaciones culturales como las de carácter popular. Lo popular fue asociado inicialmente con lo indígena y el folclore. Desde las metrópolis lo popular era visto como exótico. Posteriormente los románticos exaltan lo popular como los sentimientos locales, auténticos. Desde la óptica cientificista del positivismo se trató de conocer descriptivamente las manifestaciones culturales. Sin embargo, señala García Canclini (1987: 2) que estas frondosas descripciones “(...) casi nunca trascienden la enumeración y el catálogo, no llegan a explicar el sentido de lo popular al no situarlo en las condiciones generales de desarrollo socioeconómico”. Siguiendo este recorrido, nos encontramos que, en el mejor de los casos, se desarrolla una

³⁸ Martín-Barbero destaca aspectos fundamentales de este itinerario. Él dice: “Hasta hace relativamente pocos años disponíamos de un mapa claro y sin arrugas: la antropología tenía a su cargo las culturas *primitivas* y la sociología se encargaba de las modernas. Lo que implicaba dos opuestas ideas de cultura: para los antropólogos cultura es todo...mientras que para los sociólogos cultura es *sólo* un tipo especializado de actividades y de objetos, de prácticas y productos pertenecientes al canon de las artes y las letras. En la tardomodernidad que ahora habitamos la separación que se instauraba aquella doble idea de cultura se ve emborronada, de una parte, por el movimiento creciente de especialización comunicativa de lo cultural, organizado en un sistema de máquinas productoras de bienes simbólicos ajustados a sus públicos consumidores.” (Martín Barbero, 2004:13-14)

³⁹ Como ejemplo señala García Canclini que “(...) la expansión globalizadora de los mercados no es sinónimo de diversificación cultural ni reconocimiento de la complejidad” (García Canclini, 1998: 7) Y muestra en el terreno económico la manera en que bajo estas condiciones se amplía la diferencia entre producción de los países ricos y el consumo limitado de los países pobres, y como el consumo televisivo por cable de productos extranjeros no hace que se incremente el acervo cultural y estético de los televidentes, dada la reiteración de los formatos (reality show, telenovelas, miniseries, v gr.)

Visión “plural” que reconoce la multiculturalidad, pero no la interculturalidad⁴⁰. Y es así que ante un mundo que de manera inevitable favorece los contactos entre las diferentes culturas planetarias, se ha hecho necesaria una discusión sobre la importancia de las relaciones interculturales interactivas⁴¹.

Se entenderá que, históricamente, se han desarrollado perspectivas naturalistas, deterministas, positivistas, indigenistas, paternalistas, desarrollistas, integracionistas y sustitucionistas, que desde diferentes frentes instalan la idea de naturalización de la desigualdad social. Desde esta naturalización-esencialización de la diferencia se hace abstracción de la estructura de relaciones socio-históricas que están en la base de estas desigualdades⁴². La diferencia, tornada en desigualdad justificada, se traduce en exclusión, invisibilización y estereotipación. Los grupos poderosos de cada sociedad se apropiaron y erigieron en auto-representantes de lo público, en tanto que los diferentes (pobres, indígenas, no-católicos, mujeres, homosexuales, ancianos, extranjeros, etc.) fueron recluidos en el espacio de lo privado, de la invisibilidad, del exotismo o del folclore. (Reguillo, 2000a: 77-78). Bajo criterios establecidos por el grupo social hegemónico, sucede, entonces, que los sujetos “(...) que por cualquier motivo no alcancen los patrones de normalidad (ciudadanos enfermos, ciudadanos inválidos y seniles y todos los que merezcan estar aislados temporariamente del resto) quedarán confinados a zonas por fuera de los círculos a cierta distancia (Reguillo, 2000: 78-79)

Para los estudios socioculturales resulta de vital importancia adentrarse en aquellos procesos que van configurando las nuevas manifestaciones culturales producto de las transformaciones tecnológico-estructurales y sociales. Por ejemplo, la manera en que la inasistencia al cine no significa el fin del cine sino la reubicación de los espacios para su consumo (casa-video-

⁴⁰ “La teoría plural se conforma desde la lógica de ‘juntos pero no revueltos’, considerando a grupos que, al mismo tiempo que comparten un marco normativo nacional, poseen marcadas diferencias religiosas, culturales y lingüísticas, además de inserciones socioeconómicas diferenciadas” (Valenzuela Arce, 1999: 126).

⁴¹ Sin embargo, este mismo debate “(...) ha estado marcado por los rasgos de la interacción; discusión en la que han tenido particular relevancia las posiciones desarrollistas expresadas en las perspectivas de la asimilación y la aculturación. En ellas se considera que los grupos, razas, pueblos o naciones deberían sucumbir frente a las vigorosas sociedades y culturas dominantes” (Valenzuela Arce, 1999:124).

⁴² “A partir de esta relación mayoría/minoría, la desigualdad social se considera como una relación ‘natural’ que se reproduce mediante las prácticas de socialización, las habituaciones diferenciadas o la adscripción a roles particulares; por lo tanto no deriva de relaciones sociales específicas, sino de elementos ajenos a la voluntad de los miembros del grupo dominante, y se encuentra desvinculada de las relaciones de explotación, de las estructuraciones conformadas a partir de los poderes sociales los poderes sociales, de la dimensión institucionalizante/institucionalizada del racismo, y de los condicionamientos estructurados/estructurantes que definen estas relaciones” (Valenzuela Arce, 1999: 126).

televisión)⁴³. La mirada cultural puede favorecer el reconocimiento de la diversidad que resiste a la unificación, estigmatización y estereotipación que se hace de los sujetos, los lugares y las situaciones desde diferentes frentes, pero sobre todo desde la pantalla televisiva. Todo esto bajo criterios de supuesta búsqueda de comprensión de la globalización.

En el estudio de la cultura es importante alejarse de la tentación de dicotomizar las expresiones culturales, por ejemplo lo llamado masivo y lo popular. Ninguna de las dos expresiones es autónoma, y sólo se pueden entender en los entrecruzamientos que mantienen y que dan cuenta de su hibridación. Sin embargo, a las transformaciones operadas en la cultura no han correspondido transformaciones en la forma de reflexionarla⁴⁴

Partiendo de una postura articuladora más que disgregadora al momento de reflexionar la cultura, es posible comprender que ni lo masivo es enajenante por sí mismo, ni lo popular resistente o alternativo por definición. Una buena parte de las tradiciones, narrativas y costumbres populares al mismo tiempo que pueden ser formas de resistencia, en otro momento coadyuvan al fortalecimiento del proyecto hegemónico. Por su parte, la cultura de masas “(...) que tan eficazmente contribuye a la reproducción y expansión del mercado y la hegemonía, también da la información y los canales para que los oprimidos superen su dispersión, conozcan las necesidades de otros y se relacionen solidariamente” (García Canclini, 1987: 6)

Pero hay que advertir que, en estas condiciones, las investigaciones sociales y culturales siguen corriendo el riesgo de moverse dentro de los parámetros de la “demonización” de la diferencia, de la “victimización” de los diferentes y del elogio *ad infinitum* de la diversidad (Reguillo, 2005: 102). En cualquiera de estos casos se indagan los efectos pero no las lógicas estructurales que favorecen su existencia y expresión. Se sigue excluyendo la atención a los mecanismos de poder que están en la base de estas interacciones. De ahí que, no se trata de asumir relativismos culturales que hagan apología de la diversidad sino de hurgar sobre sus orígenes, riesgos y consecuencias estructurales.

⁴³ En palabras de García Canclini (1994: 26): “La tarea de los estudios culturales es entender qué nuevas maneras de enunciar y comunicar imágenes entran en juego y cómo se articulan con la escritura”. Pero los estudios culturales también deben preocuparse por los procesos que llevan a constituir las diferencias culturales; los que llevan a jerarquizar las culturas y a legitimar y deslegitimar sus diferencias; los que se traducen en asignación de lugares a las diferentes culturas traducir en el terreno de la práctica social determinados lugares a las culturas; y aquellos que posibilitan la construcción de representaciones sociales justificadoras de las desigualdades (Valenzuela Arce, 126, 127).

⁴⁴ Por eso es que Martín Barbero reconoce que se requiere un “(...) serio esfuerzo de dis-locación...para romper con un pensamiento lineal y maniqueo que nos impide comprender la envergadura de las mutaciones que atraviesa la cultura...” (Martín Barbero, 2004:11).

Para enfrentar estas delimitaciones, una tarea importante de los estudios socioculturales en la problematización de la cultura es instalar a la interculturalidad como estrategia que favorezca las prácticas de reconocimiento de la diversidad y logre desmontar los dispositivos dominantes de mono-representación sesgada de los diferentes, y dé espacio a las auto-multi-representaciones de los *otros*, de los que encarnan esas *identidades proscritas* de las que habla Valenzuela⁴⁵.

Es por eso que en este terreno, las aproximaciones analíticas a la cultura han de reconocer la importancia que en ella tienen la producción, circulación y consumo de formas simbólicas; ha de atender la subjetividad de los actores sociales de manera situada en los contextos en que se desarrolla; en condiciones en que los medios de comunicación de masas han adquirido gran centralidad, los estudios socioculturales no pueden dejar de preocuparse por las problemáticas de identidad, representaciones sociales, territorialidad, expresiones de acción colectiva y procesos de construcción de hegemonía y legitimidad, donde dichos medios aportan prácticas importantes.

Bajo esta misma lógica la problematización de la cultura requiere avanzar en el estudio de los nuevos procesos de disputa por las representaciones sociales, donde la confrontación cultural adquiere centralidad como componente de la lucha política. Es necesario reconocer que, como lo señala Rossana Reguillo (1995: 113), diferencias culturales, identidades y nuevo espacio público, resultado de la acción de los medios de comunicación se han configurado como parte central de la preocupación de los estudios socioculturales y de la comunicación⁴⁶.

⁴⁵ En esta tónica, Reguillo plantea esta propuesta: “Desmontar el sistema de creencias, someter los sentidos acumulados por la tradición al escrutinio agudo de la mirada crítica, aceptar el debate a campo abierto, sin la armadura de una pureza ‘auto-asumida’, son tareas para una antropología política de la comunicación que, aceptando la precariedad de su saber inestable, inacabado, perfectible, quiere asumir el reto de hacer de la comunicación el ritual primero, junto al fuego, cuando la tribu era capaz de imaginar y debatir el nombre de las cosas y su significado, ir hacia atrás con imaginación y voluntad de futuro” (Reguillo, 2005: 86) Se requieren lecturas des-estructuradoras que las estrategias, dispositivos y recursos que instalan, justifican, producen, reproducen y legitiman las desigualdades sociales. Los estudios culturales representan una alternativa de avance “(...) en los procesos de reconstrucción de los mecanismos de conformación y reproducción de las diferencias y desigualdades sociales, pero también avanzan en el escudriñamiento de los usos del poder como su elemento estructurado y estructurador (...)” (Valenzuela Arce, 1999: 127).

⁴⁶ Desde el punto de vista de la misma autora (Rossana, 1995: 121), son múltiples los “tableros” o condiciones desde los que se puede entender los dispositivos de funcionamiento de las sociedades y culturas actuales. Ante un entrecruzamiento de expresiones culturales como el que se manifiesta en la actualidad es necesario un enfoque transdisciplinar que permita su entendimiento en toda su complejidad, un estudio que no sea la suma fragmentada de conocimientos parciales (García Canlini, 1987: 7). Una propuesta de recorrido investigativo en la construcción de este propósito se puede delinear de la siguiente manera: “Hablamos pues de un trayecto teórico-metodológico que busca entender las distintas formas de agregación social y las maneras en que los actores se sitúan en su entorno espacial en un proceso que los constituye al tiempo en que son constituidos, dinamizando la cultura. Esta dinámica de lo estructurado y lo estructurante sirve como palanca metodológica, que atiende no a una anterioridad, sino precisamente al movimiento e interdependencia entre estructura y práctica, entre “norma y situación, entre marco y convicción” (Reguillo, 1995: 131)

Como corolario de este apartado se puede decir que algunas de las finalidades de los estudios socioculturales deben orientarse a reconocer los procesos y dispositivos que desembocan en formas simbólicas y representaciones específicas; a identificar las formas de poder que en ellas se producen y se reproducen; a favorecer la comunicabilidad entre los sujetos; y a promover la gestión y acción colectiva de los ciudadanos en busca de una vida mejor.

Es recuperando estos presupuestos desde donde nos proponemos sostener el andamiaje que permita aproximarnos a la comprensión de la problemática que nos hemos propuesto abordar.

1.3.2 La centralidad de la comunicación.

Precisamente, colocarnos desde la perspectiva de los estudios culturales es lo que nos permite entender que la comunicación juega hoy un papel central en el desenvolvimiento de las sociedades. Bajo estos contextos históricos de transformación global, neoliberal e informacional la comunicación hegemónica aparece asociada a la lógica de mercado y a una razón comunicacional que a través de sus dispositivos opera “(...) la fragmentación que disloca y descentra, el flujo que globaliza y comprime, la conexión que desmaterializa e hibridiza(...)” (Martín Barbero, 2004:16). Sin embargo, existe un gran desfase entre el papel fundamental que juega la comunicación en la vida cotidiana de los habitantes del planeta y la manera en que ésta se ha tratado de entender científicamente⁴⁷.

A partir de la década de los ochenta, en América Latina se acentúan las transformaciones en el campo de la comunicación y en el de las propias ciencias sociales. Se comienza a cuestionar la hegemonía ejercida por la visión de la razón instrumental, y también la ideologización desde el marxismo. Bajo contextos de globalización y el surgimiento de nuevas formas de territorialidad y participación actorial en los procesos y movimientos sociales, es que se buscan rutas de construcción de otras formas de pensar la comunicación, la cultura, y en general las

⁴⁷ Desde la década de los cuarenta y hasta la fecha ha prevalecido en los estudios de comunicación una visión funcionalista, administrativa, instrumentalista, inmediatista, efectista y racional-tecnocrática de los medios. Desde perspectivas como estas (matemática, funcionalista, empírico-experimental, de los efectos limitados, de usos y gratificaciones, etc.) se ha intentado subsumir la comunicación en los medios. De esto ha resultado una visión mediocentrista de la comunicación. Desde esta perspectiva el estudio de la variedad de los procesos de comunicación queda reducido a un estudio de medios.

ciencias sociales. También, desde perspectivas cuestionadoras a la racionalidad tecnocrática se han intentado construir explicaciones sobre el significado de la comunicación y el papel que ésta cumple en el mundo contemporáneo. Sin embargo, en la medida que este tipo de perspectivas han aparecido como reacción ante el predominio funcionalista en los estudios de comunicación han adolecido de varios aspectos. En muchos casos se han desarrollado como propuestas con más carga ideológica que científica, descalificando más que comprendiendo la lógica de funcionamiento comunicativo de las sociedades actuales⁴⁸. Con la crisis del proyecto moderno y con la crisis en las ciencias sociales, los retos que la investigación de la comunicación enfrenta son más grandes que nunca, pero al mismo tiempo más indispensables⁴⁹.

1.3.3 Resignificando la relación entre comunicación y cultura.

De la misma manera, desde la perspectiva de los estudios culturales es que reconocemos que bajo la lógica de dominio del proyecto comunicacional, las diferentes culturas oscilan entre la desconexión y el acercamiento. La comunicación se visibiliza como una dimensión activa en todas las expresiones culturales. Estas nuevas formas de articulación entre comunicación y cultura que se desarrolla bajo estos contextos emergentes requieren una aproximación distinta, una mirada diferente, para reconocer y comprender analíticamente las transformaciones profundas que vienen resintiendo. Sólo de esta manera se pueden construir alternativas prácticas que incidan en la tarea de construir una sociedad más democrática, igualitaria e incluyente.

Se necesita una mirada que vuelva a entender la realidad como una totalidad histórica multidimensional articulada, donde cada una de las dimensiones pueda entenderse desde su complejidad interna y en sus relaciones externas con otras dimensiones. Se necesita una postura

⁴⁸ Se han asumido posturas de clase bajo criterios maniqueos que lleva a caracterizar a los actores de los procesos comunicativos como buenos (los ciudadanos, el pueblo) y malos (la burguesía, los corporativos de medios); menospreciando o sobrevalorando el estudio de los medios de masas, tratando de encontrar con ello la clave para la explicación de las repercusiones comunicativas y sociales en el mundo actual. Centrando su atención bien en los mensajes (estudios estructurales inmanentes), bien en la producción (estructural-institucional), bien en los procesos de recepción (estudios de audiencias). Haciendo apología de lo popular, descalificando la llamada cultura de masas. Con proyectos voluntaristas, espontaneístas, clasistas e inmediatistas con grandes limitaciones teórico-epistemológicas, pero con las mejores intenciones político-prácticas. Y aunque ya han transcurrido veintidós años desde que Martín-Barbero aireó el empantanado campo de la investigación en comunicación con su propuesta analítica de ir “de los medios a las mediaciones”, lo cierto es que poco se ha avanzado en el terreno de la investigación práctica en la que tome cuerpo operacional esta propuesta crítica, construida desde los estudios latinoamericanos.

⁴⁹ Dice el propio Martín-Barbero que “(...) en la medida en que el espacio de la comunicación se torna cada día más estratégico, decisivo para el desarrollo o el bloqueo de nuestras sociedades (...) se hace más nítida una tarea básica del intelectual hoy: la de luchar contra el acoso del inmediatismo y el fetiche de la actualidad poniendo contexto histórico y una distancia crítica que permita comprender el sentido y el valor de las transformaciones que estamos viviendo. Pues en la comunicación se juega de manera hoy decisiva la suerte de lo público, la supervivencia de la sociedad civil y de la democracia” (Martín Barbero, 2004:64)

investigativa distinta, que permita mirar desde las prácticas. Desde el punto de vista de Martín-Barbero, este tipo de mirada favorece una triple ruptura con la concepción tradicional de la comunicación: con el comunicacionismo, con el mediacentrismo y con el marginalismo de lo alternativo (Martín Barbero, 2004: 69-71)⁵⁰.

Se requiere otra mirada que sepa reconocer claramente que la comunicación antecede a los medios, que más allá de los medios también existen procesos comunicativos, y que la comunicación no puede quedar reducida a simples procesos de transmisión de información. Otra mirada que reconozca que los sujetos son el centro de todo el proceso comunicativo. Que la comunicación ni es un proceso unidireccional, ni simplemente bidireccional, sino mediado y con significados negociados. Que entre producción, circulación y recepción de mensajes comunicativos existe una articulación, que permite entender la manera en que se visibiliza la institucionalidad, la tecnicidad, la socialidad, el poder y la cultura en cada una de estas fases del proceso comunicativo. En este mismo sentido razona Martín-Barbero cuando establece que: “Sólo desde esa nueva perspectiva se hace posible articular el análisis de las *formas institucionales* que reviste la comunicación con el de las lógicas que rigen la *organización de la producción cultural* y la dinámica específica de los usos sociales de los medios y los productos comunicativos” (Martín Barbero, 2004:166)

Esa otra mirada de la que hablamos, implica otra postura desde donde mirar, otra actitud y otra manera de re-construir las dimensiones y niveles en estudios sobre la comunicación. Se trata de reconocer que es un camino irrenunciable el entender que “(...) las transformaciones sociales más decisivas que vivimos hoy pasan por los cambios en el entramado cultural de la comunicación. Pues no se trata únicamente de cambios en los contenidos o en los formatos de la cultura sino de cambios en los modos de percibir, construir y expresar identidades, de cambios en la sensibilidad, en el tejido social de la percepción” (Martín Barbero, 2004:168-169). Se trata de reconocer que es necesario “(...) diseñar *un nuevo mapa de problemas* en el que quepa la cuestión de los sujetos y las temporalidades sociales, esto es la trama de la modernidad,

⁵⁰ La primera ruptura implica precisar que: “Una cosa es reconocer el peso decisivo de los procesos y las tecnologías de comunicación en la transformación de la sociedad y otra, bien **distinta, afirmar aquella engañosa centralidad y sus pretensiones de totalización de lo social**. Esta ruptura permite alejarse de la idea de considerar a la comunicación como el único motor de la sociedad amparada en la adjetivación del mundo actual como el de la “sociedad de la información”. La ruptura con el mediacentrismo significa cuestionar la identificación de comunicación con medios, y reconocer que más allá de los medios hay procesos de usos y apropiaciones, contextos históricos, situaciones y coyunturas que los posibilitan. La ruptura con el marginalismo de lo alternativo que implica colocar las opciones de comunicación alternativas a la hegemónica por fuera de los medios de masas y de las industrias culturales. Esta negación purista del mediacentrismo favorece la lógica exclusionista de los proyectos hegemónicos en los medios (Martín Barbero, 2004:69-70)

discontinuidades y transformaciones del *sensorium* que gravita sobre los procesos de constitución de los discursos y los géneros en que se hace la comunicación colectiva” (Martín Barbero, 2004:63)

1.3.4 Necesaria actitud crítica ante los medios.

Si se parte de reconocer que la vida sociocultural posee un carácter simbólico es que se puede entender el papel que desempeñan los medios de masas en los procesos de producción y reproducción. Pero se trata de entender el papel no sólo los medios sino las mediaciones que intervienen en los procesos comunicativos, junto con las transformaciones que vienen operando en ellas al nivel de las prácticas, de los actores, de las instituciones y de las manifestaciones en movimientos sociales, dando como resultado nuevas formas de sentido y de relación con los medios de masas.

Por eso se hace indispensable un estudio de los medios de masas y de las industrias culturales que traspasen las fronteras del análisis de los procesos de producción, y alcancen a desentrañar las condiciones sociales que subyacen a los procesos de circulación, reconocimiento y re-configuración de sentido. Sin embargo, ante los medios hay que evitar dos comportamientos analíticos: sobrevalorarlos y subestimarlos. No se trata de descalificarlos ni de darles un protagonismo apriorístico⁵¹. Nuestra reflexión se centra en afirmar que ante los medios la consigna es entenderlos (Reguillo, 1995b). Sólo de esta manera se podrá comprender las asimetrías económicas, sociales, políticas y culturales que están en la base de las narrativas y representaciones generadas desde estos mismos medios (Reguillo, 1995b).

Este es un escenario comunicativo que requiere ser analizado porque implica procesos contradictorios para los sujetos: el acceso a formas simbólicas mediáticas abre horizontes pero crea dependencias; enriquece la formación de los sujetos, pero también desorienta; posibilita acceso a significados, pero también favorece re-significaciones; muestra imágenes, pero oculta relaciones sociales de poder. Considerar estos presupuestos es importante para poder

⁵¹ Advierte Martín-Barbero sobre la actitud a tomar ante un mundo donde los medios aparecen como todopoderosos: “En este último proyecto el que es hegemónico, y nos sumerge en una creciente ola de fatalismo tecnológico, frente al cual resulta cada vez más necesario que nunca mantener la epistemológica y políticamente estratégica tensión entre las *mediaciones históricas* que dotan de sentido y alcance social a los medios y el *papel de mediadores* que ellos pueden estar jugando hoy. Sin ese mínimo de distancia –o *negatividad* como dirían los de Frankfurt– es imposible el pensamiento crítico” (Martín Barbero, 2004:15)

comprender el significado que para los sujetos tiene el consumo de un programa televisivo particular como un recurso táctico que les permita enfrentar la incertidumbre cotidiana.

1.4 Televisión, imágenes y relato.

La televisión no es un simple medio técnico, es objetivación de relaciones sociales⁵². Por eso cuando hablamos de televisión no lo hacemos bajo criterios de antropomorfización de este medio. La televisión como medio sigue generando reacciones extremas aun en el campo de la investigación. Posturas de fascinación resultado de visiones de racionalidad instrumental y tecnológica se combinan con actitudes de desconfianza y rechazo que responden a posturas autocalificadas como críticas⁵³. Una de las maneras de comprender el significado que tiene actualmente la televisión es reconocer las diferentes funciones que cumple. A continuación presentamos un breve recuento de algunas de estas funciones, que consideramos más relevantes: a) *Función de otorgamiento de certezas*. Los “sistemas” expertos (Giddens, 1997) o “industrias del conocimiento” (Berger y Luckmann, 1997) son un ejemplo de nueva institución que busca construir certidumbres a los sujetos que enfrentar nuevas realidades que originan nuevos problemas⁵⁴. *Función de ocultamiento*. La televisión se caracteriza por utilizar las imágenes para mostrar. Paradójicamente, en la mayoría de los casos, muestra imágenes para ocultar realidades, dice para callar, representa para invisibilizar⁵⁵. *Función socializadora*. La televisión construye y circula narrativas que favorece en los televidentes la construcción de

⁵² A pesar de su aparente tecnología, no debemos olvidar que “(...)las comunicaciones son siempre una forma de relación social, y los sistemas de comunicaciones deben considerarse siempre instituciones sociales. Es necesario, por consiguiente, pensar, tanto en términos generales como de forma precisa, en las verdaderas relaciones entre las tecnologías de la comunicación y las instituciones sociales” (Williams, 1982: 183)

⁵³ Encontramos así reflexiones como las siguientes: “La televisión es el fenómeno social y cultural más impresionante de la historia de la humanidad. Es el mayor instrumento de socialización que ha existido jamás. Ningún otro medio de comunicación en la historia había ocupado tantas horas en la vida cotidiana de los ciudadanos, y ninguno había demostrado un poder tan grande de fascinación y de penetración” (Ferrés, 1996: 15) O bien posturas como: “...la televisión invierte la evolución de lo sensible en inteligible y lo convierte en el *ictu oculi*, en un regreso al puro y simple acto de ver. La televisión produce imágenes y anula los conceptos, y de este modo atrofia nuestra capacidad de abstracción y con ella toda nuestra capacidad de entender” (Sartori, 1998: 47). La polaridad en las posturas.

⁵⁴ La televisión, para Berger y Luckmann (1997: 98) actúa como mediadora “...entre la experiencia colectiva y la individual, al proporcionar interpretaciones típicas para problemas que son definidos como típicos. Lo que sea que otras instituciones ofrecen a modo de interpretación de la realidad o de valores, los medios de comunicación lo seleccionan y envasan, lo transforman gradualmente y deciden sobre la forma en que lo difundirán”.

⁵⁵ Todo esto lo hace “...cuando muestra algo distinto de lo que tendría que mostrar si hiciera lo que se supone se ha de hacer, es decir informar, y también cuando muestra lo que debe, pero de tal forma que hace que pase inadvertido o que parezca insignificante, o lo elabora de tal modo que toma un sentido que no corresponde en absoluto a la realidad” (Bourdieu, 1997: 24)

representaciones sobre la realidad que se traducen en sugerentes pautas de comportamiento social⁵⁶. *Función despolitizadora*. La televisión no sólo proyecta imágenes, a través de ellas transmite visiones de la realidad. Operando bajo criterios de competitividad comercial impregna sus narrativas de puntos de vista que favorecen la predominancia de los grupos dominantes⁵⁷. *Función disolvente de lo social*. Una dimensión fundamental de lo social se encuentra referido a las formas y sentidos de las interacciones y prácticas de los sujetos, en espacios y tiempos determinados. La televisión reordena y resignifica la interacción entre los integrantes de la familia. Su foco de atención cambia y las posibilidades de diálogo también; además de que refuerza la tendencia a llevar al terreno de lo privado las formas de entretenimiento de consumo público⁵⁸. *Función modificadora de los tiempos*. El tiempo social y el tiempo personal de los sujetos se ven modificados por la televisión. Los mensajes que proyecta se caracterizan por la propuesta audiovisual de la instantaneidad, descontextualizada y fragmentada, que encuentra su fundamentación técnica en la toma directa que favorece la confusión de los límites entre hechos de la realidad y representación. Esto tiene consecuencias en la recepción, pues a decir del propio Martín-Barbero, “(...) lo que retiene al telespectador es más el in-interrumpido flujo de las imágenes que el contenido de su discurso. Hay una conexión de flujos entre el régimen económico de la temporalidad que torna ---aceleradamente obsoletos los objetos y el que vuelve in-diferenciables, equivalentes y desechables los relatos y los discursos de la televisión” (Martín Barbero, 2004:138)⁵⁹. *Función devaluadora de la memoria*. La reconstrucción que se hace del

⁵⁶ . “La televisión, en cuanto oferta constante de modelos, refuerza comportamientos mediante el sistema de creación de expectativas de que un tipo de conducta producirá unos resultados deseados” (Ferrés, 1996: 122) En ese sentido es que hay que entender la función socializadora de la televisión. Sobre el medio que utiliza la televisión para lograr este propósito Ferrés señala que: “La televisión realiza su función socializadora, intencional o involuntaria, fundamentalmente mediante el entretenimiento, mediante el relato” (Ferrés, 1996: 73) Desde la perspectiva de Bourdieu esta función socializadora se desarrolla con mayor probabilidad de éxito en aquellos segmentos muy específicos de la sociedad constituidos por sujetos no lectores de periódicos. Señala Bourdieu: “La televisión posee una especie de monopolio de hecho sobre la formación de las mentes de esa parte nada desdeñable de la población” (Bourdieu, 1997: 23)

⁵⁷ En este sentido es que Bourdieu advierte sobre la manera en que la televisión “...propone una visión cada vez más despolitizada, aséptica e incolora del mundo y arrastra cada vez más a la prensa en su deslizamiento hacia la demagogia y la sumisión a las presiones comerciales” (Bourdieu, 1999b: 112). La televisión no sólo refuerza la visión social hegemónica, sino que al mismo tiempo construye representaciones sobre los grupos y clases socialmente subordinadas: “En ningún otro medio se han puesto en funcionamiento mecanismos tan elaborados de desactivación y deformación de lo popular: de su memoria y de su imaginario, de su historia y de su presente...Pero lo dominante, aplastante en televisión es la desvergonzada caricatura y la folklorización triste y torpe de todo lo que viene del pueblo” (Martín-Barbero, 1987: 140)

⁵⁸ En un sentido más amplio, en contextos de crisis de las ciudades, medios como la televisión “(...) acaban siendo el dispositivo de comunicación capaz de ofrecer formas de contrarrestar el aislamiento de las poblaciones marginadas estableciendo vínculos culturales comunes a la mayoría de la población...Tanto el atractivo como la incidencia de la televisión sobre la vida cotidiana tiene menos que ver con lo que en ella pasa que con lo que compete a la gente a resguardarse en el espacio hogareño” (Martín Barbero, 2004:133-134) La televisión adquiere importancia en la misma proporción en que los sujetos renuncian al espacio público y se recluyen en el espacio privado por miedo o por incertidumbre ante la erosión social y de sentido.

⁵⁹ Los efectos de esta modificación del tiempo real y el tiempo construido por la televisión los advierte Martín-Barbero, cuando dice que “...esa nueva temporalidad tiene su costo. Y así, ‘costoso’ como ninguno otro el tiempo de la televisión hace de la discontinuidad la clave de su sintaxis

tiempo desde la televisión impacta en la manera en que se piensa el presente, se recuerda el pasado y se proyecta el futuro. A través de la televisión se reinventan las tradiciones pasadas, se intentan construir nuevas tradiciones a partir de la fugacidad de imágenes que resaltan el aquí y el ahora; y se devalúa la memoria histórica de los pueblos, la cual se ve “...sometida a una temporalidad mediática centrada sobre un presente continuo (Martín Barbero, 2004:58). *Función política-de poder*⁶⁰. Consideramos que la televisión cumple con el ejercicio de poder económico, político, simbólico y coercitivo. El poder político de la televisión se hace posible por el ejercicio del poder simbólico, “...aquél que procede de la de la actividad productiva, transmisora y receptora de formas simbólicas significativas” (Thompson, 1998: 33). En estas condiciones de poder, la televisión puede incidir e incluso crear acontecimientos a partir del uso de discursos y narrativas basadas en formas simbólicas. La televisión cuenta con plataformas técnicas, de organización, de producción y de circulación de formas simbólicas de manera privilegiada, que puede ser llamada, en términos de Thompson, *institución paradigmática* (Thompson, 1998: 30). Sin embargo, el poder de la televisión, como cualquier otro tipo de poder no puede entenderse sin reconocer el concurso de diferentes fuerzas, de cuya lucha surgen tensiones, pero también negociaciones⁶¹. *Función mitificadora*. Los mitos anteceden a la televisión. Los mitos unifican y dan sentido. Hoy la televisión se ha encargado de re-configurar los mitos pasados, de crear nuevos mitos y de disolver otros más. En una sociedad del miedo la televisión se da a la tarea de construir aquellas formas simbólicas que sustenten los nuevos mitos que generen imaginarios de protección, arropamiento social, identidad, sentido compartido, cohesión. Los personajes y las narrativas de los mitos ahora son construidos desde la televisión. *Función incorporadora de lo popular*. Las narrativas televisivas abrevan de la

y de su productividad, pues la *fragmentación* es lo que permite a los diferentes textos ser integrados en la estructura general de la programación” (Martín Barbero, 2004:27-28) Todo esto se expresa de manera clara en el permanente flujo televisivo que cumple la función de materializar la discontinuidad, la aceleración, la síntesis audiovisual y la instantaneidad de la realidad representada.

⁶⁰ Thompson (1998) habla del poder como aquella capacidad que tienen los sujetos, los grupos o las instituciones de orientar sus prácticas buscando la consecución de sus intereses, y la capacidad para incidir en el curso de los acontecimientos y de afectar los resultados de éstos. El propio Thompson hace una clasificación de las formas de poder. Él habla de poder económico, poder político, poder coercitivo y poder simbólico. El poder político proviene de “...la actividad de coordinar a los individuos y regular los patrones de su interacción” (Thompson, 1998: 32).

⁶¹ Es en este sentido rescatable la postura de Martín-Barbero que coloca el problema no en el poder de la televisión en sí misma, sino en su relación con los sujetos televidentes. Dice Martín-Barbero: “(...) el peso político y cultural de la televisión –como el de cualquier otro medio- sólo puede ser evaluado en términos de la mediación social que logran sus imágenes. Y esa capacidad de mediación proviene menos del desarrollo tecnológico del medio o de la modernización de sus formatos que del modo como la sociedad se mira en ese medio: de lo que él espera y de lo que le pide” (Martín Barbero, 2004:168) Más adelante plantea que “(...) el verdadero poder de la televisión reside en configurar y proyectar imaginarios colectivos: esa mezcla de representaciones e imágenes desde las que vivimos y soñamos. Nos agrupamos y nos identificamos” (Martín Barbero, 2004:168)

cotidianidad social popular sus personajes, historias, lenguajes, sensibilidades, objetos, memorias, problemáticas y representaciones. Los re-configuran y los ofrecen de nueva cuenta a los sujetos como productos de consumo⁶². ***Función de evasión controlada.*** Es común escuchar que el televidente utiliza la televisión para evadirse de su realidad. Sin embargo, este escape inicial se convierte en aprisionamiento al interior de una realidad construida desde las secuencias de imágenes y sonidos. Paradójicamente ocurre que: “El espacio de la evasión se convierte en espejo, en espejo de la sociedad y de uno mismo. La huida lleva al encuentro, encuentro con el mundo exterior y con el interior” (Ferrés, 1996: 105)

1.4.1 Funciones de las imágenes.

Un punto de entrada fundamental para el análisis de la función de las imágenes televisivas es reconocer que cualquier imagen “(...) encarna un modo de ver y los modos de ver también tienen historia, son parte, como los modos de hablar, de la historia del significar” (Martín-Barbero, 1978: 195) Con lo que se puede decir que no hay historia sin imágenes, ni imágenes que no expresen una historia del mirar para construir y del construir para significar, y del mirar para re-significar. Y es bajo una preocupación de comprensión histórica e historizada de las imágenes, en contextos de predominancia de los medios audiovisuales, que se puede entender la manera como en la comunicación audiovisual “(...) disminuye la vigilancia del espectador, las imágenes ‘aspiran’ al que las mira” (Martín-Barbero, 1987: 66). El televidente termina por creer que lo representado es lo real. Fascinado por la imagen se olvida de los procesos, las relaciones y las dimensiones contenidas en la propia imagen, olvida “(...) aquello que, invisible, hace ver: tanto en el plano del dispositivo técnico-económico que hace posible la imagen, como en el del dispositivo psíquico en que fermenta el imaginario. Identificación, esto es reconocimiento-deslumbramiento” (Martín-Barbero, 1978: 217)⁶³

⁶² De esta forma la televisión se constituye en “(...) el más sofisticado dispositivo de modelamiento y cooptación de las sensibilidades y los gustos populares, y uno de los más vastos conjuntos de mediaciones históricas de las matrices narrativas, gestuales, escenográficas del mundo popular, en cuanto ámbito de hibridación de ciertas formas de enunciación, ciertos saberes narrativos, ciertos géneros dramáticos y novelescos de las mestizas culturas de nuestros países” (Martín Barbero, 2004: 217)

⁶³ Martín-Barbero destaca el papel de las imágenes que, desde la Edad Media en Europa, resultan del recorrido de la oralidad al texto escrito, y cuya presencia y difusión se ve favorecida por la posibilidad técnica de su reproducción. Las imágenes llegan hasta las propias casas. Se convierten en otro tipo de texto (visual) que exige, también, otro tipo de competencia de lectura de sus códigos constituyentes. Él define a las imágenes como la iconografía para los plebeyos. Las señala como el libro de los pobres. Plantea que: “La popularidad de las imágenes no vendrá tanto de los temas (...) o las formas, sino de los usos: al aferrarse a determinadas imágenes las clases populares producirán en ellas un efecto de

El aprisionamiento que sufre el espectador de imágenes no le permite reconocer la lógica de desenvolvimiento y el sentido latente de la textualidad audiovisual a la que se enfrenta: “Las imágenes funcionan obedeciendo leyes como la contigüidad o de contagio, según la cual una parte vale por el todo (...) O en otro sentido: todo lo que está en contacto inmediato con la persona...Paralela hay otra ley. La de similitud, según la cual lo semejante evoca y actúa sobre lo semejante” (Martín-Barbero, 1978: 189-190)⁶⁴.

Es cierto que “(...) lo que anuda el ritmo y compone la escena es el *flujo*: ese *continuum* de imágenes que indiferencia los programas y constituye la forma de la pantalla encendida” (Martín Barbero, 2004:28) Sin embargo, el poder de las imágenes no radica en las imágenes mismas sino en el poder que les otorga el que mira, el televidente, por el cómo, desde dónde y para qué mira. Es común escuchar decir que quien consume imágenes televisivas dinamiza su dimensión emotiva, y limita su dimensión racional. Sin embargo, el sujeto que percibe imágenes televisivas no se fragmenta, opera simultáneamente con todas sus dimensiones. Se puede aceptar la afirmación de que “No hay emociones neutras. Toda emoción es portadora de significación” (Ferrés, 1996: 169). La pregunta que resulta es de dónde surge esa carencia de neutralidad de las emociones y de dónde su significación. Desde nuestro punto de vista ambas características resultan de una producción social internalizada en forma individual por cada sujeto. Así sí se puede entender la estrategia utilizada en la construcción de imágenes televisivas que indica que “(...) el mejor sistema, el mas infalible para conseguir que un mensaje sea motivador, es convertirlo en una puesta en escena de los deseos del receptor” (Ferrés, 1996: 106). Se trata entonces desde la producción de imágenes televisivas de generar una doble articulación: conectar una realidad con una imagen y conectar una imagen con un sentimiento, para obtener como resultado la construcción de sentido como resultado de la asociación de imagen-emoción. De esta manera, la conexión de imagen con sentimiento enseña al sujeto a establecer asociaciones entre realidades representadas y estados emotivos. Y a partir de ahí es que se puede favorecer la construcción de creencias y comportamientos de parte de los sujetos.

arcaísmo cercano al de los cuentos populares, y al usarlas como amuletos las reinscribirán en el funcionamiento de su propia cultura” (Martín-Barbero, 1987b: 119)

⁶⁴ Como resultado de este tipo de mirar aparece la consecuencia inevitable ya señalada por Bourdieu en el sentido de que “...la imagen posee la particularidad de producir lo que los críticos literarios llaman el efecto de realidad, puede mostrar y hacer creer en lo que muestra (Bourdieu, 1997: 27) Mediante el uso de recursos como los sonidos ambientales y la música se consigue que “...cuanto más subjetiva sea una imagen más objetiva parece” (Ferrés, 1996: 113) Baste como ejemplo el que para muchos sujetos “...es más difícil identificar las mentiras en las imágenes de la televisión que en otros medios: “La televisión proporciona informaciones visuales adicionales, como la expresión de la cara y de los ojos o el movimiento de las manos, que no delatan la mentira sino que la enmascaran” (Ferrés, 1996: 98)

Y es así que: “Las imágenes, como los sueños, como los mitos, contienen ideas-fuerza, y estas ideas-fuerza acaban por traducirse en estilos de vida “(Ferrés, 1996: 49)

Una función muy precisa que ha cumplido la producción de imágenes televisivas es la construcción de estereotipos⁶⁵. Si los estereotipos son construcciones sociales entonces son representaciones de carácter histórico, que resultan de determinadas relaciones sociales entre grupos y clases, dadas en tiempos y espacios determinados. Si los estereotipos son expresiones institucionalizadas, entonces esto implica la presencia de prácticas reiteradas que responden a reglas y codificaciones compartidas, y a significaciones comunes, acompañadas de ritualizaciones. Si implican procesos de naturalización de la realidad es que existe una realidad a la que se refieren que no es natural sino social y culturalmente construida⁶⁶. Los estereotipos toman aspectos de la realidad, pero los traduce en generalizaciones simplificadoras, tipificaciones y reduccionismos que niegan la historicidad y la totalidad de la realidad a la que hacen referencia. Al presentar elementos des-contextualizados de una realidad y al no presentar otros, los estereotipos resultan ser construcciones que favorecen la economía de pensamiento, pero que se traducen en ambigüedad, por su estructura y en formas ideológicas, por su contenido. Ante los estereotipos el receptor siente que conoce la realidad en la medida que éste satisface necesidades primarias-emotivas, aunque no le otorga certezas reflexivas, sino prejuicios respecto a los otros⁶⁷.

Pero es necesario considerar la importancia que adquiere en latelevisión la configuración de las imágenes en géneros y relatos. Las series televisivas secuenciadas son las de mayor

⁶⁵ Ferrés ofrece una definición general de lo que entiende por este concepto. Dice: “Los estereotipos son representaciones sociales, institucionalizadas, reiteradas y reduccionistas. Son representaciones sociales por cuanto suponen una visión compartida que un colectivo social tiene de otro colectivo social. Son reiteradas por cuanto se crean a base de repetición (...) A base de rigidez y reiteración los estereotipos acaban por parecer naturales; su objetivo, en efecto, que no parezcan formas de discurso sino formas de realidad. Finalmente son reduccionistas por cuanto convierten en simple una realidad compleja” (Ferrés, 1996: 151-152).

⁶⁶ Los estereotipos se encuentran presentes prácticamente en todas las narrativas televisivas. Hay estereotipos contruidos a partir de la edad (estereotipos sobre los niños, los jóvenes, los ancianos). Hay estereotipos a partir del sexo (mujeres, hombres). Hay estereotipos a partir de la preferencia sexual (homosexuales, lesbianas, bisexuales, transexuales, transgénero). También encontramos estereotipos a partir de la clase social (burgueses, proletarios, clase media). Hay estereotipos por la nacionalidad (mexicanos, gallegos, argentinos). Hay estereotipos por raza (negros, blancos, amarillos). Hay estereotipos por creencias (creyentes, ateos, católicos, evangélicos) Hay estereotipos sobre la actividad profesional (meseros, secretarías, taqueros). Muchas otras variables más se utilizan para construir este tipo de representaciones. Los recursos televisivos para construirlos también son variados: telenovelas, miniseries, reportajes, noticias, chistes, dramatizaciones, por ejemplo. A través de las narrativas contruidas sobre sujetos o grupos se busca transmitir cualidades positivas o negativas sobre ellos. De esta manera resulta, por ejemplo, que los niños son presentados como tontos o precoces; los homosexuales como amanerados; las mujeres como interesadas, etc.

⁶⁷ Si la seducción atrae por lo que ofrece como promesa de satisfacción de necesidades afectivas, el estereotipo lo hace por lo que satisface de certidumbre ante lo que se considera amenaza, a la diferencia, al otro, en tanto que el estereotipo se constituye en referente simbólico de socialización e identidad colectiva. (Ferrés, 1996: 154-159) Es en este sentido que el propio Ferrés (1996: 152) señala que mientras que “...en la seducción se acepta a una persona por una dimensión aislada que resulta fascinante, en el estereotipo se rechaza a una persona por el juicio negativo que se tiene del colectivo al que pertenece”

audiencia. Esto tiene que ver con la manera en que en estos encuentran correspondencia los tiempos sociales y los tiempos televisivos⁶⁸. Mientras que en los géneros televisivos se objetiva la articulación entre el carácter mercantil de la televisión privada y lo que este medio toma de las vivencias sociales y culturales de los sujetos⁶⁹. Entonces se destaca el doble origen de los géneros, uno que nos remite a lo social, otro que nos remite a la dimensión técnica y al carácter de lucro de la televisión comercial. Lo social aparece como oralidad e imágenes que hablan de las experiencias y los conocimientos de los sujetos que al mismo tiempo que aportan significados para la producción del medio televisivo, se constituyen en los principales destinatarios y consumidores de estos productos. De esto resulta que la significación, que el sentido generado no resulta sólo del formato, ni sólo de la serialidad, ni exclusivamente de las matrices socioculturales que intervienen en este proceso, sino de la articulación del conjunto de todos estos elementos.

1.4.2 Significado del relato en televisión.

El relato⁷⁰ es una forma de enunciación por antonomasia de la televisión⁷¹. Para entender la importancia del relato es necesario colocarse en el terreno de las relaciones sociales y los intercambios culturales desde donde se producen las fábulas, las fantasías y las emociones, y desde donde se crean las necesidades de relatos televisivos.

⁶⁸ Martín-Barbero se adentra en una reflexión sobre el manejo de los tiempos sociales y los tiempos representados a través de este tipo de programas. Señala que: “La serie y los géneros hacen ahora la mediación entre el tiempo del capital y el tiempo de la cotidianidad” (Martín Barbero, 2004:88). ¿Cómo entender esto? En un primer acercamiento se puede plantear que el tiempo de la producción y la rentabilidad económica se cuantifica en su transcurrir ilimitado. El tiempo de la cotidianidad es el de la repetición cíclica fragmentada. La televisión sintetiza estas dos manifestaciones del tiempo a través de horarios y géneros, que representan lo serial (tiempo productivo) y lo fragmentario (tiempo cotidiano)

⁶⁹ Un planteamiento como este acompaña la definición que Martín-Barbero hace sobre los géneros televisivos: “Entendemos entonces por *géneros* un específico lugar de ósmosis entre matrices culturales y formatos comerciales. En términos de análisis se trata menos de estructuras de significación que de *prácticas de enunciación* de unos sujetos y de formatos de sedimentación de unos saberes narrativos, expresivos, técnicos. Por último, los géneros son el espacio de configuración de determinados efectos de sentido que hablan de la diversidad de modos de escritura y lectura de producción y de fruición presentes en nuestra sociedad” (Martín Barbero, 2004: 216).

⁷⁰ Para Benveniste el relato es el “nombre dado (por oposición al discurso) a un tipo de enunciado de carácter objetivo, que relata hechos pasados, y que se distingue por la ausencia del sujeto que habla, el empleo de la tercera persona y el del pretérito indefinido o del imperfecto” (citado por Ferrés, 1996: 71). Lo racional es característico de los discursos en tanto que en él se presentan los contenidos de manera explícita, dice Ferrés (1996: 71), mientras que lo emotivo es característico del relato. Tanto la reflexión de Benveniste como la de Ferrés apuntan a reconocer que en el relato hay contenidos ideológicos latentes, ocultos, disfrazados a través de recursos narrativos, emotivos y de acción. Entonces, el relato es “(...) un discurso camuflado, un discurso en el que se ocultan las intenciones. Se han borrado en él las huellas de su autor con la pretensión de conferirle apariencia de realidad” (Ferrés, 1996: 71)

⁷¹ Dice Ferrés: “La televisión es el reino del relato, de la fabulación. Y los relatos fascinan, porque además de satisfacer necesidades de fabulación y de fantasía, inciden en el ámbito de las emociones, las activan, las llevan a las máximas cotas de intensidad” (Ferrés, 1996: 104)

Por lo general el relato se estructura a partir de criterios de dualidad en muchos sentidos. Los personajes se presentan en dicotómicamente como buenos y malos, activos y pasivos, apoyadores y opositores⁷². Las situaciones se presentan en forma de dualidad de tensión y tranquilidad. Los finales mismos son felices o tristes. Esta dualidad característica de la narrativa televisiva puede encontrar aceptación y correspondencia en una percepción dual del televidente que construye también binomios entre lo conocido y lo desconocido, lo real y lo irreal, lo motivante y lo des-motivante. De esta manera los relatos aparecen estructurados en un juego doble: de certidumbres (cotidianidades conocidas) personales y sociales e incertidumbres (elementos nuevos y sorprendidos), también personales y sociales. La tensión entre ambos extremos es lo que atrae al televidente. Operando bajo esa dualidad continua es que los relatos televisivos se construyen con una estructura generalmente repetitiva. Cambian lo anecdótico pero los patrones con los que se construye el relato se mantienen constantes. De esta manera los relatos contribuyen a ritualizar no sólo la narrativa, sino también la propia recepción como mensajes⁷³.

Finalmente sabemos que a la televisión se le adjudica la responsabilidad de haber convertido la representación de la realidad en un simple espectáculo. Analíticamente es menos importante la adjetivación que la apropiación crítica del proceso. El espectáculo es una apariencia, es sólo el punto de entrada a una realidad no reconocible a simple vista. El espectáculo no puede entenderse simplemente como un conjunto secuenciado de imágenes, ni como el uso de efectos especiales, sonidos intensos y colores destellantes. Más allá de esos datos sensibles, el espectáculo podría entenderse como una expresión de relaciones sociales mediatizadas por las imágenes⁷⁴. No hay espectáculo sin realidad transformada. Por grotesca que sea la escenificación, la realidad no deja de asomarse. La construcción televisiva espectacular termina por imponerse a la realidad sucedida. Se necesita una labor deconstructiva para lograr reconocer

⁷² La imagen expresa la crisis de las representaciones. Las imágenes son el espacio visual de lo social en su disputa por la visibilidad y el reconocimiento en su diferencia (Martín-Barbero, 2001: 45).

⁷³ Tendiendo como referencia esa dualidad ya mencionada, los relatos televisivos se constituyen en escenarios maniqueístas que dan satisfacción a cualquier tipo de receptor. A través de personajes y situaciones maniqueas los televidentes encuentran las condiciones propicias para desarrollar procesos de identificación, desde lo positivo, y de proyección, desde lo negativo. En este sentido es que Ferrés señala que: "Los personajes positivos y los negativos facilitan el proceso catártico desde el doble mecanismo de la implicación emotiva: la identificación positiva y la proyección de sentimientos negativos. Y facilitan el proceso ideológico, esta vez al unísono, castigando y premiando respectivamente los valores contradictorios que representan" (Ferrés, 1996: 171-172)

⁷⁴ Bajo esta misma perspectiva Martín-Barbero señala que: "El espectáculo no es mero resultado sino la forma del discurso de la televisión: la equivalencia en imágenes (signos) de la historia del mundo (...) y de la figuración de los objetos, o sea la publicidad" (Martín-Barbero, 1987: 64)

lo real difuso en el espectáculo. No hacer esto conduce a confundir realidad con representación⁷⁵. Pero aunque el espectáculo televisivo no sea la realidad, pasa como si lo fuera. Y es que“(...) en el espectáculo televisivo se alimenta y refuerza como en ningún otro lugar la ‘creencia mágica’ en la objetividad” (Martín-Barbero, 1978: 193). Es a partir de la creencia del televidente que lo subjetivo se torna objetivo. La responsabilidad de la creencia no radica sólo en el medio, sino también en el receptor, que es co-responsable de hacer de una narrativa un mito. Por eso dice Ferrés que “(...) todo espectáculo, y en concreto el espectáculo televisivo, es una experiencia mítica. El espectador vive lo que contempla como expresión simbólica de sus propias necesidades y deseos” (Ferrés, 1996: 107)

Recapitulando: La televisión es el espacio por excelencia donde se evidencian las contradicciones de la modernidad latinoamericana (Martín-Barbero, 2001: 37). La televisión ocupa un espacio social desproporcionado a los márgenes que se brindan en la pantalla para mostrar la diversidad compleja de las manifestaciones socioculturales de los actores sociales. Por la televisión pasan los conflictos que son presentados decantados por el filtro de los intereses económicos y políticos dominantes⁷⁶. De ahí que la televisión se haya convertido en un espacio estratégico de poder en disputa continua. Pero precisamente por eso es que la televisión es el escaparate donde los televidentes pueden acceder y reconocer las manifestaciones de la modernidad propia y ajena⁷⁷. De esta manera, la televisión también constituye un espacio de recreación de lo público, donde los televidentes construyen patrones de significados compartidos y construyen su identidad. La televisión es un dispositivo expresivo⁷⁸. La gente recurre a ella no por los contenidos, sino por la expresividad de los relatos que ofrece. Y es que: “La televisión tiene una comunicabilidad tan fuerte, evidente y generalizada porque su discurso es afectivo, gozoso, tierno, divertido, cotidiano y narrativo” (Rincón, 2001:14)

⁷⁵ Martín-Barbero lo dice crudamente: “También los contenidos de que está hecho el ‘suceso’ pertenecen al mundo y sin embargo el suceso nos saca de él. De igual forma en el espectáculo la mediación se espesa hasta constituir ella misma la verdadera experiencia: el placer de jugar acaba siendo más importante que aquello a que se juega” (Martín-Barbero, 1987: 66)

⁷⁶ “(...) hacer de la tele algo productivo y propositivo para la sociedad es casi imposible por fuera de las formas éticas y políticas que toma una colectividad” (Rincón, 2001:13)

⁷⁷ La televisión “(...) se constituye en espejo social que refleja la cultura que la produce, las identidades frágiles que nos habitan, la estética de lo popular masivo y de los consensos efímeros con que construimos el sentido de la vida cotidiana” (Rincón, 2001:14)

⁷⁸ Dice Portales (2001: 123) que “El rostro de la televisión es la pantalla”.

La televisión comercial actual se caracteriza entre otras cosas por sustituir los macro relatos por micro relatos. Por buscar al máximo la simultaneidad entre hecho e imagen captada por la cámara. Por reconstruir las realidades con un criterio de fugacidad. Por jerarquizar la estructura y el contenido de los programas televisivos de acuerdo a criterios de *rating*. Por priorizar los relatos televisivos frágiles, descontextualizados y ligeros para el consumo masivo. Por orientar el funcionamiento televisivo bajo el criterio fundamental de la ganancia. Las mismas instituciones culturales han caído en la tentación de la búsqueda de beneficios económicos. Por buscar que la información circule en el menor tiempo, usando el menor espacio y con la menor inversión. Por establecer una complicidad y una compenetración de la cultura oral popular y la cultura audiovisual propia de este medio, y combinar formatos narrativos contemporáneos con formas de memoria, narración y de expresión popular, como manera de conseguir mayor aceptación de la teleaudiencia e incrementar sus dividendos económicos. Por fragmentar el hábitat cultural de los pueblos mediante la fragmentación de los públicos. Y por dotar al público de los medios de una supuesta distinción a través del consumo segmentado de productos, al mismo tiempo que se le niega la posesión de los medios de producción.

La televisión es un medio que en la actualidad disputa el ejercicio de la hegemonía en la construcción de sentidos en la vida social con las instituciones tradicionales como la familia, la escuela y la iglesia. Ha dejado de ser un simple medio para convertirse en un representante y constructor de la opinión pública. La televisión crea realidades, objetiva procesos en productos y descentra a los sujetos espacial y temporalmente. Con sus narrativas, recupera en los sujetos el deseo por el relato mito. (Rossana, 2001, cuatro). Con la televisión se modifica el concepto de visibilidad y de invisibilidad. La televisión se presenta como el medio por excelencia de lo que es visible y de lo que existe. La televisión logra que se consideren como existentes o inexistentes espacios, actores, temáticas, movimientos, etc., y en la práctica incide en la configuración social de identidades, interacciones y prácticas (Reguillo, 2000, identidades, 2002, cuatro)

1.5 Consideraciones sobre la televisión pública.

Pero en esta tarea de reconstrucción del rompecabezas sociocultural que representan las formaciones culturales, las narrativas y las representaciones construidas desde C7es necesario

adicionar. Pero ¿Qué características ha mantenido la televisión pública y cuáles son aquellas exigencias que en las actuales circunstancias históricas le plantean a este medio?

1.5.1 Contextos de la televisión pública.

Las cadenas televisivas comerciales se constituyen en un contexto de referencia que permiten comprender el lugar y la función que cumplen las televisoras públicas. Las televisoras privadas se desarrollan actualmente en contextos donde se implementan procesos de privatización; aumento en la competencia⁷⁹; crecimiento en las modalidades de televisión y en la variedad de oferta; aumento en los costos de producción; segmentación de los públicos; cambio en las rutinas de consumo de parte del público; modificación de los sistemas de comercialización; industrialización del medio televisivo; intermedialidad; y conexión entre lo local y lo global⁸⁰.

Es indudable el poder de las televisiones privadas es muy significativo. En condiciones de las profundas transformaciones sociales y culturales como las que vivimos, las televisoras comerciales han desarrollado lenguajes, géneros y formatos colocado más próximas a las nuevas sensibilidades y gustos estéticos de las audiencias. Esto les ha traído audiencias, ganancias, poder y legitimidad. Los Estados y los gobiernos han utilizado diferentes estrategias para enfrentar esta situación, entre estas se encuentran las de controlarlos a través de reglamentaciones, procedimientos y licitaciones; a adoptar una actitud de complacencia y protección a los monopolios; y a usar a los propios medios como estrategia de gestión de los Estados. Sin embargo, es indudable el desfase que se manifiesta entre poder de las televisoras privadas y reglamentaciones jurídicas sobre el manejo de la información⁸¹. En este terreno,

⁷⁹ La lógica capitalista de mercado ha agudizado la competencia rapaz por los públicos. Mientras que los monopolios televisivos comerciales se han fortalecido nacional e internacionalmente. Las televisoras públicas siguen reduciendo su horizonte de acción al terreno local o regional. Además de que muchas veces trabajan inspiradas bajo los seductores modelos de producción y programación propios del funcionamiento de las grandes televisoras comerciales.

⁸⁰ Se puede mencionar la presión que para las televisoras públicas representa coexistir con otros canales televisivos que funcionan bajo criterios de lógica de mercado, de competencia y búsqueda de ganancia. Los canales televisivos comerciales por lo regular congregan en su seno mayores recursos tecnológicos, técnicos y humanos; poseen una cobertura de señal mayor; y cuentan con una teleaudiencia en una cantidad inmensamente mayor. A esto se agrega que desde la televisión comercial por cable se presentan a la población una gama de programas que son ofertados como culturales y de divulgación científica, lo cual redundará en una disputa por la audiencia completamente desventajosa para los canales públicos.

⁸¹ Particularmente, los canales públicos enfrentan por lo general un estatuto jurídico desfavorable que los coloca en desventaja respecto a otros canales comerciales. Esta situación se ve agudizada en contextos donde los gobiernos nacionales y locales favorecen legalmente a las grandes empresas de medios, en detrimento de los medios públicos, comunitarios y alternativos, como sucedió recientemente en México con la

algunos sectores de la población manifiestan inquietudes relacionadas con el sentido público, y la responsabilidad social, ciudadana y democrática de las televisoras privadas (Rincón, 2001:25)

Por otro lado, como se ha señalado, en los tiempos actuales, la tecnología adquiere un peso estructural. Las tecnologías de la información favorecen otras formas de percepción y de lenguaje de los sujetos que tienen que involucrarse en nuevos procesos simbólicos, que requieren ser sentidos, descifrados y comprendidos. De esta manera la dimensión comunicativa de la cultura pasa a primer plano y posibilita las interacciones entre diferentes culturas. Desde la televisión se genera un doble efecto contradictorio de la comunicación: la tendencia a la homogeneización de lo diferente, al mismo tiempo que su des-ocultamiento. Comprender la televisión es comprender la ciudad descentrada que se habita. La nueva topografía de la ciudad modifica las interacciones e imaginarios de los sujetos. Entonces, la función de la televisión pública es la de favorecer un reconocimiento de esta nueva diagramación de los espacios. La televisión pública permite enfrentar el descentramiento, mediante la función de compartición comunicativa y cultural entre las diferentes identidades.

La presencia de la televisión pública se hace necesaria en condiciones de la existencia de una nación diversa como, la nuestra, que requiere un espacio televisivo para expresar esa diversidad; que este tipo de televisión puede alcanzar una cobertura nacional; que está en posibilidades de favorecer la experimentación, la innovación y la atención a públicos minoritarios. Para comprender el sentido de la televisión pública es necesario reconocer diferentes niveles: el contexto de mercado y lucha por la audiencia en que se desarrolla la propia televisión pública; la oferta simbólica circulada por los medios de masas; el contexto tecnológico que posibilita otras condiciones de acceso y expresión pública; renovadas estéticas de expresión audiovisual del medio; y el concurso de otras sensibilidades y lógicas desde donde re-significar los productos difundidos por la televisión (Rincón, 2001:28-29)

Sin embargo, los Estados y gobiernos no le han dado importancia en sus políticas culturales definiciones sobre la televisión pública, y cuando las han considerado ha sido bajo criterios culturalistas, preservacionista de la identidad y el patrimonio cultural. Y es que el poder del Estado es inversamente proporcional a la posibilidad de visibilización de la televisión pública.

aprobación de modificaciones a Ley de Radio y Televisión y Telecomunicaciones (también llamada Ley Televisa) con la que se busca beneficiar al duopolio de medios representado por Televisión Azteca y Televisa.

1.5.2 Lo público, la ciudadanía y la televisión pública.

Hablar de televisión pública nos remite a definir lo que entendemos por *lo público*. Lo público es un escenario construido históricamente bajo mediaciones sociales, culturales y políticas. Tradicionalmente lo público se asociaba con aquellos acontecimientos de interés compartido para los integrantes de una comunidad. Bajo contextos de predominio de los medios de masas, de crisis del proyecto moderno y de resquebrajamiento de las instituciones que le sustentaban ahora lo público tiende a asociarse con lo que se proyecta y se escenifica en los medios, sobre todo en la televisión. Pareciera ser que lo público es lo comunicable a través de imágenes. Bajo esta misma lógica, lo antes considerado como *pueblo* es tratado como público, espectador o consumidor, pensado en función de su cantidad y estructura segmentada. Sus características socioculturales son contempladas funcional y mercantilistamente, bajo criterios de *rating* y ganancia. Políticamente, lo público es relacionado con los asuntos del Estado. Culturalmente, lo público implicaría compartición de sentido. Siguiendo a Martín-Barbero podemos decir que el interés común, el espacio ciudadano y la interacción comunicativa se constituyen en la articulación fundante de lo público⁸².

La televisión pública se relaciona de manera estrecha con el sujeto-ciudadano. Los sujetos poseen una dimensión ciudadana, que está vinculada a los asuntos de interés público. Ser ciudadano es interesarse por conocer los derechos propios y de los demás y buscar ejercerlos y respetarlos⁸³ a través del ejercicio de la autodeterminación, el respeto, la convivencia y la concertación. Es por eso que una tarea de la televisión pública es capacitar al ciudadano para la comprensión de estructuras lenguajes y discursos múltiples en los que se producen las decisiones que le afectan (Rincón, 2001^a: 277). Por otro lado es necesario precisar que es falsa la dicotomía ciudadano/consumidor. Los ciudadanos no son sujetos ajenos a los consumidores. Un ciudadano posee una dimensión como consumidor, de la misma manera que un consumidor mantiene una dimensión ciudadana.

⁸² Varias son las construcciones que se han realizado sobre lo público. Por ejemplo, lo público es considerada como aquella realidad ligada a la renovación permanente de las bases comunes de la cultura nacional (Martín-Barbero, 2001: 51). Pero también "...un ámbito vital de la percepción y la participación ciudadana" (Martín-Barbero, 2001: 56). O aquel proceso de "...generación de espacios donde circulan y se debaten los temas de interés común, donde se expresan las diferencias y los intereses de los diversos sectores (Rey, 2001: 78).

⁸³ "El ciudadano es un ser humano que sabe que no sabe y por eso busca información viendo las noticias; también busca conocer sus derechos y quiere tener la posibilidad de exigirlos. El buen ciudadano, además, quiere conocer sus deberes y busca instancias de participación por eso le interesan la denuncia de lo malo, los caminos de solución de los problemas y el reconocimiento de lo positivo" (Portales, 2001: 131-132)

1.5.3 Características de la televisión pública.

En América Latina las televisoras públicas nacen con un carácter más estatal que público⁸⁴. Generalmente, la televisión pública en países como el nuestro, se asocia con rasgos como los siguientes: es oficial, en la medida que sigue orientaciones estatales centrales, y se mantiene del presupuesto del Estado⁸⁵; responde a intereses políticos del gobierno en turno, y en la mayoría de los casos ha sido herramienta de difusión propagandística de las políticas del Estado (por ejemplo, de sus intentos modernizadores nacionales)⁸⁶ en su tarea desarrollista y de construcción de hegemonía; carece proyectos y de políticas de largo plazo, y está sujeta a los vaivenes que provocan los cambios de funcionarios⁸⁷; mantiene un funcionamiento inamovible, y está plagada de estructuras burocráticas (Rey, 2001: 73-79)

⁸⁴ Existen actualmente en México tres referencias fundamentales de la llamada televisión cultural, una de ellas es el Canal 11 XEIPN. Esta televisoras se crea el 2 de marzo de 1959, dependiente del Instituto Politécnico Nacional. Inicia sus transmisiones con una cobertura de horario de las 18.00 a las 20.00 horas. Este canal surge como una alternativa educativa y obtiene el permiso para operar bajo esta modalidad. Otra de las alternativas de televisión cultural es la representada por Canal 22 del Distrito Federal. Este canal inicia transmisiones el 15 de abril de 1982, bajo la administración del organismo estatal Televisión de la República Mexicana (TRM). Para el 23 de junio de 1993 se convierte en televisión cultural con la frecuencia XEIMT. Parte de su historia se encuentra en el hecho de que el 26 de enero de 1991, donde un grupo de 800 intelectuales mexicanos publica en la prensa nacional una carta abierta dirigida al presidente Carlos Salinas de Gortari solicitándole que esa frecuencia no fuera privatizada y se le destinara, en cambio, a la difusión cultural. Dicha solicitud fue aceptada y desde entonces este canal opera con contenidos netamente culturales⁸⁴. La tercera opción es la referida a Canal 40. Esta alternativa televisiva inicia sus transmisiones formales desde el DF el 19 de junio de 1992, operada por la entidad denominada Corporación de Noticias e Información (CNI), filial de TEVESCOM. Su lema era "CNI Canal 40, la realidad en televisión". Se proponía como finalidad ofrecer al teleauditorio una programación que pusiera acento en el tratamiento de los temas periodísticos y noticiosos.

⁸⁵ Las dificultades estructurales para la construcción de un proyecto de televisión pública son variadas, y se expresan de múltiples maneras. En primer lugar la dependencia económica de los canales públicos respecto a los gobiernos en turno genera una situación de extrema vulnerabilidad en este tipo de instituciones. Esto debido a que la infraestructura que requiere un canal público para desarrollar producciones de calidad se encuentra subordinada a los montos de presupuesto que se le asigne anualmente por parte de los gobiernos estatales en turno. Por otro lado, la cantidad y la calidad de los recursos humanos necesarios para mantener el funcionamiento adecuado de un canal de televisión pública también se encuentra limitado por la cantidad de presupuesto que se maneje. Pero aún más, el presupuesto asignado a los canales públicos, en general responde a visiones y estrategias políticas más amplias de los gobernantes en turno. En la asignación de un monto determinado de presupuesto se objetivan puntos de vista que se tienen sobre el estatus y la función que ha de cumplir este tipo de medios; la modalidad de relación que debe mantener una televisión pública con el gobierno; un punto de vista sobre la cultura, la educación, la comunicación y la difusión cultural a través de este tipo de medios.

⁸⁶ En México, en la mayoría de los casos los gobiernos estatales, en complicidad con los directivos de estos medios, han convertido a los canales públicos en medios al servicio de sus intereses políticos y partidistas. Actualmente, en el ámbito nacional, muchos de estos canales se comportan como simples comparsas de los gobiernos locales y como espacios de propaganda del presidente de la república. Esta situación es la que explica que en los sectores de la población más politizados se haya construido un imaginario social que asocia a la televisión pública con televisión gobiernista, oficialista. Esta es gran medida la herencia dejada por los más de setenta años de dominación priísta y el reciente aporte de los gobiernos panistas. Bajo estos presupuestos, se podrá entender que los canales públicos de televisión en México se encuentran sujetos a los vaivenes políticos signados por las coyunturas y la disputa entre las diferentes fuerzas. A las debilidades infraestructurales congénitas de los canales públicos se le suma la debilidad que representa la ausencia de proyectos estratégicos abarcadores que involucren aspectos de definición de objetivos y de políticas de producción y programación televisiva, de cuestiones organizativas internas y de prácticas que permitan el fortalecimiento de la presencia y participación ciudadana en este espacio mediático.

⁸⁷ La carencia de proyectos para el desarrollo de la televisión pública por parte de los directivos de estas instituciones puede explicarse también considerando diversas circunstancias. Por un lado, habría que precisar que estos directivos son nombrados clientelariamente desde las instancias de los gobiernos locales, lo cual ya implica por parte de ellos un determinado tipo de compromiso institucional con actores políticos y directrices generales establecidas por ellos en los rúbricos de cultura y de comunicación. En segundo término, también influye el hecho de que no siempre los

Las televisoras públicas se han caracterizado, en lo general por una programación propia elitista, de baja calidad, poco atractiva, con una estética tradicional, falta de creatividad y tendiente a imitar la programación de la televisión comercial. En su evolución, la televisión pública ha pasado de la oferta elitista a la oferta de escolarización. Con contenidos que no expresan la diversidad de experiencias identitarias ni de puntos de vista⁸⁸.

Sin embargo, en una primera definición podemos decir que la televisión pública es “(...) aquella que privilegia el carácter público de este medio para superar su visión comercial y ganar su densidad ciudadana, aquella que nos relata como devenimos en colectivo social” (Rincón, 2001:24). Mientras que Fuenzalida (2000: 14) establece que la televisión pública es “(...) aquella estación que no tiene una finalidad prioritaria de lucro, sino otros objetivos”. Es un tipo de televisión que tiene como función esencial el expresar los puntos de vista de los ciudadanos⁸⁹. Por otro lado, la televisión pública se define en función de otras características como estas: favorece el diálogo intercultural; promueve los mensajes amplios, no comerciales; utiliza la narrativa, alejándose de las producciones lineales escolarizadas; produce programas impactantes, con repercusiones sociales; se construye con las cualidades de ser significativa, atractiva, afectiva; favorece procesos simbólicos de representación democrática y ciudadana; posibilita la lectura y vigilancia crítica de los productos que se proyectan; e involucra a los ciudadanos en su diseño y ejecución (Rincón, 2001:26)

directivos de este tipo de canales tienen la visión, la formación, los conocimientos ni la experiencia sobre la manera de construir una plataforma sólida que de consistencia a un proyecto de televisión pública, vinculado a la ciudadanía. En estas circunstancias, cualquier actitud voluntarista o instrumentalista aparece como insuficiente para lograr este propósito. En tercer lugar, también opera el hecho de que la dependencia respecto a los gobiernos estatales no sólo es presupuestal, ni solamente administrativo, sino sobre todo político. De ahí que las definiciones sobre qué programas producir (género, formato y contenidos) y qué propuesta programática ofrecer al público tenga como referencia los límites institucionales establecidos explícita o implícitamente por la administración gubernamental en funciones. Es aquí donde se suele presentarse la práctica de la autocensura, la cual se manifiesta en los contenidos, el tratamiento, la estructuración y la sintaxis de los mensajes que se construyen.

⁸⁸ De todo esto se desprende que, bajo esta lógica, en la mayoría de los casos, los canales públicos, se den cuenta o no de ello, contribuyen al fortalecimiento del proyecto dominante, influyendo en a su reproducción. De donde se desprende que el esfuerzo por construir una televisión pública realmente comprometida con los intereses de los ciudadanos tiene diferentes frentes, y no se resuelve solamente con incorporaciones tecnológicas, técnicas, creativas o de diseño, sino con eso y más: con un proyecto que contemple otra visión de cultura, de comunicación y de sociedad, donde el ciudadano se convierta en el protagonista del proyecto, no sólo para verse proyectado en la pantalla, sino, además, incidiendo libremente en los contenidos de las producciones y programación del canal, haciendo realmente suyo un canal televisivo de este tipo.

⁸⁹ Por eso es equivocado reducir la definición de televisión pública a reconocerla como aquella televisión con programas educativos o culturales, dado que no hay programas que por sí mismos sean educativos o culturales. Todos los programas tienen un propósito de formación, y todos generan un universo simbólico compartido en la diversidad, para un horizonte de televidentes, incluidos los programas de la televisión comercial.

Televisión pública y televisión cultural no son dos entidades diferentes. La cultura es una dimensión de la televisión pública⁹⁰. Para comprender la dimensión cultural de la televisión pública es necesario considerar que los cambios estructurales también han tenido repercusiones en el nivel social simbólico. Entre otras cosas, se han desarrollado otras formas de cultura para percibir, ver leer, diseñar y realizar televisión pública. Ante estos cambios es necesario pensar el sentido de recreación audiovisual que de los relatos de la cultura ha de hacer este medio⁹¹. La cultura de la televisión pública ha de ser una tal que se constituya en una herramienta de construcción y empoderamiento del ciudadano, que le permita modificar las condiciones materiales y subjetivas donde se desenvuelve cotidianamente. Para eso requiere de políticas culturales desestatalizadas integrales, capacidad movilizadora de lo público, con posición definida no sólo ante lo público, sino también ante lo privado; y abierta a lo diferente.

1.5.4 La televisión pública que se requiere.

Se requiere otro tipo de proyecto de televisión pública con nuevas condiciones de producción, que posibiliten presentar otra oferta programática, a partir de incorporar innovaciones tecnológicas, interesarse por las necesidades de la gente, presentar historias de desarrollo humano y de transformación social, comunicarse en el estilo estético de la época y colocarse más cercanamente a los relatos, sensibilidades, estéticas y deseos de la gente, mediante el uso de lenguajes audiovisuales más seductores y afectivos, que generen interés en los televidentes⁹². Pero que al mismo tiempo que les alfabetice en estos nuevos lenguajes. En

⁹⁰ Una gran cantidad de canales públicos construye su propuesta como medio desde visiones anacrónicas sobre la cultura, la educación, la comunicación y la sociedad. En muchos casos se sigue pensando que la función de un canal público es acercar a los ciudadanos a la cultura, o bien acercar la cultura a ellos. De esta manera prevalece una idea no sólo paternalista, sino también autoritaria de parte del medio público hacia los ciudadanos en tanto público. Ese encuentro con la cultura se basa en la idea instrucionista de que los ciudadanos deben aprender a apreciar las manifestaciones artísticas consagradas, además de revalorar las expresiones culturales materiales e inmateriales de carácter patrimonial. De esta forma es que se pueden identificar en diferentes canales públicos programas de pintura, música de cámara, danza, teatro y ópera, o también programas que resaltan las costumbres, tradiciones, valores y productos artesanales. Una característica compartida por este tipo de programas es la ausencia de historicidad en el tratamiento de sus contenidos; en la ausencia de referencia a los aspectos estructurales e intersubjetivos en función de intereses de clase de los participantes en este tipo de procesos.

⁹¹ Para Jesús-Martín Barbero los rasgos de la televisión cultural podrían enumerarse de la siguiente manera: la cultura es el eje que cruza todo su trabajo; logra que sus imagen se acoplen a la fragmentación de la vida social; opera como alfabetizadora de los televidentes ante los nuevos lenguajes; y debe construir calidad competitiva, profesionalismo, innovación y relevancia social.

⁹² “Existe una desconexión entre el deseo ilustrado y la formación culturoológica del productor de programas y el deseo gozoso y de diversión cotidiana del televidente” (Rincón, 2001^a: 275-276)

fin, televisión pública útil para la gente, divertida, cercana a la vida cotidiana y experimentadora en lo visual⁹³.

Una televisión pública que considere la diversificación que ha ocurrido en las audiencias⁹⁴, y que a partir de ello reconozca la diversidad cultural y la pluralidad ideológica, incluyendo las formas de identidad tanto de los sujetos tradicionales como de los nuevos; que permita la visibilización de los excluidos de la televisión comercial; que llegue a todos los públicos con programación que respete la demanda de las minorías, y de esta manera procure la mayor audiencia para cada uno de sus programas⁹⁵. Una televisión pública que circule alternativas locales y regionales, en articulación con lo internacional. La televisión pública debe ser un medio que permita conectar lo que hay de diverso en el país⁹⁶.

La televisión pública ha de promover una información de tipo independiente y diversa⁹⁷ que permita documentar la conciencia de manera plural, interpelando al ciudadano y procurando el encuentro entre los diferentes segmentos de televidentes y la construcción social y ciudadana local y mundial⁹⁸. La televisión pública debe convertirse en ese lugar decisivo de inscripción de nuevas ciudadanías, las cuales en las televisiones privadas sólo se consideran como una denigración, como exclusión. Además de constituirse en una extensión del derecho de ciudadanía, en un ámbito de expresión y participación⁹⁹. Se trata de que la televisión pública favorezca aquellos procesos que posibiliten que la sociedad descubra su competencia

⁹³ Por sus contenidos, la televisión pública debe ser un medio para hacer/crear cultura, considerando las problemáticas sociales como horizontes para la generación de pensamiento. El manejo de los contenidos debe abandonar la linealidad, que considere el descentramiento y la pluralidad de géneros y formatos; que sea un escenario de la memoria y un espacio de expresión para el ciudadano.

⁹⁴ Es mejor convivir con el otro que sólo imaginarlo. Y una forma de abrir esa convivencia es hacer de ese otro una historia. La televisión pública puede cumplir ese rol. No hay identidades si éstas no son contadas.

⁹⁵ “Sólo una televisión pública atenta y receptiva a los cambios culturales, que ponga a dialogar las diferencias y contrastar las extrañezas, puede ser una televisión que, además de llegarle a las personas, le hable en los dialectos que conoce o les prometa productos que le entusiasmen” (Rey, 2001: 103)

⁹⁶ Dice Rincón (2001^a: 284) “(...) los canales deben convertirse en un lugar para el intercambio de identidades y sensibilidades; que promueva la convivencia, otorgue visibilidad a los diferentes actores de la sociedad y amplíe las agendas de opinión; posibilite la experimentación audiovisual, la innovación en el manejo de lo audiovisual, y genere acontecimientos-símbolos para reinventar la cotidianeidad desde lo cultural”.

⁹⁷ Característica fundamental de este tipo de televisoras ha de ser: “Evitar la manipulación informativa y expresar la diversidad política, religiosa, étnica, generacional, de sexos y de regiones de un país son las claves que diferencian a una televisión pública, de una televisión gubernamental y de los sesgos propios de los canales privados” (Portales, 2001: 131)

⁹⁸ La televisión pública debe ser el “(...) lugar de la pluralidad cultural y el juego de las ciudadanías” (Rincón, 2001^a: 276)

⁹⁹ Participar es unir el derecho al reconocimiento social y cultural con el derecho a la expresión (Martín-Barbero, 2001: 50).

comunicativa “(...) como la capacidad de convocatoria y conformación de la *sociedad civil*” (Martín-Barbero, 2001: 37)

Por otro lado, si bien la televisión pública y la comercial comparten audiencia, la televisión privada busca maximizar su ganancia económica, mientras que la televisión pública debe buscar maximizar su servicio al público (Portales, 2001: 114)¹⁰⁰. Institucionalmente la televisión pública debe buscar la autonomía jurídica respecto al gobierno; la descentralización de la producción y transmisiones¹⁰¹; el auto-financiamiento presupuestal diverso (Portales, 2001); las competencias empresariales, y los estudios de audiencia.

Con todo esto se requiere “(...) convertir a la televisión en un dispositivo útil para el televidente al contar historia que respondan a las necesidades y expectativas de las audiencias, brinden contexto e información que permitan al televidente actuar en su vida cotidiana, construyan mensajes que promuevan ciudadanos activos en la solución de sus problemas con los recursos que tienen a mano y creen mensajes que respeten la inteligencia y su competencia de ver televisión de los televidentes. Esa es la otra televisión que necesitamos en la vida colectiva” (Rincón, 2001:23)¹⁰²

Llegado este momento, más que afirmaciones sobre la televisión pública, metodológicamente pueden resultar útiles preguntas problematizadoras sobre la realidad de sus funciones en estos contextos de compleja re-estructuración histórica. Colocándonos en el campo de lo social cabría plantearse la pregunta sobre hasta dónde las televisoras públicas han comprendido los complejos procesos de re-configuración de sentido que han generado la crisis

¹⁰⁰ Las televisiones públicas no deben buscar parecerse a las televisoras privadas, sino construir su propia identidad y ganar sectores de televidentes no copados por la oferta de la televisión comercial (Rey, 2001: 97).

¹⁰¹ La dependencia prácticamente absoluta de la televisión pública respecto al Estado y al gobierno hace crisis en el momento que se manifiestan un doble debilitamiento, el de la economía y el del Estado tradicional. En estas condiciones se ven debilitadas las bases objetivas sobre las que se sostenía la existencia y el funcionamiento de la televisión pública. En circunstancias de reiteradas crisis económicas, los gobiernos optan por las medidas de recorte al presupuesto destinado al gasto social, con lo que las televisoras públicas vieron afectada su fuente de financiamiento y vieron mermadas las posibilidades de reconversión tecnológica que les colocara en mejores condiciones para desempeñar sus funciones de servicio público hacia la población. En tanto que el debilitamiento del Estado y la crisis de las instituciones políticas tiene repercusiones directas en la mayor pérdida de legitimidad de la televisión pública, tradicionalmente asociada a televisión oficialista y gubernamental, con sus consabidas características de control corporativo y corrupción. Televisoras públicas con este perfil han sido incapaces de enfrentar las diferencias, desconexiones y desigualdades que caracterizan a los contextos actuales.

¹⁰² De ahí proviene la idea de que “(...) la televisión pública trabaja primero en lo televisivo (lo expresivo como estrategia), segundo en lo narrativo (lo experimental como experiencia estética), tercero en lo político (lo ciudadano como proyecto), y cuarto la reflexión en las temáticas (lo significativo para la audiencia en términos de identidad)” (Rincón, 2001^a: 287)

de la modernidad, la presencia de la globalización y el arribo de las tecnologías de la información. Y de qué manera su oferta programática ofrece alternativas a sus televidentes para la comprensión de los cambios que se han operado en las prácticas y en las interacciones entre los sujetos, y en las mismas instituciones (como la familia, la escuela, la iglesia, el gobierno, etc.) De la misma manera valdría la pena preguntarse sobre la función que la televisión pública ha cumplido en las tareas de difusión de las problemáticas de desigualdad, exclusión, falta de oportunidades educativas, pobreza, inseguridad social, narcotráfico, marginación, desempleo, antidemocracia, represión y deterioro del medio ambiente. De la misma manera sería indispensable revisar la actitud de las televisoras públicas ante los sujetos sociales emergentes, que dan cuenta de la existencia de otras formas de construir socialidad e identidad (¿se les visibiliza? ¿se les invisibiliza? ¿se les estereotipa?). Asimismo sería conveniente revisar el tipo de valores que favorece en este tiempo líquido, fugaz (¿son los valores del respeto, la equidad, la solidaridad, la justicia y la igualdad?)

Por ejemplo podríamos plantear las siguientes interrogantes: ¿Favorece la televisión pública un proceso de construcción de certidumbres entre los actores sociales? ¿Se intencionan desde la televisión pública procesos que permitan develar procesos que se mantienen ocultos en los productos de la televisión comercial? ¿Posibilitan los productos de la televisión pública representaciones que fortalezcan los lazos sociales colectivos y la ciudadanía entre los diferentes sujetos y grupos de la colectividad, sin taxativas de normativización previamente establecidas? ¿Hace la televisión pública una labor que permita a los televidentes el reconocimiento de diversos puntos de vista sobre la realidad y lo que en ella acontece? ¿Forma parte de las políticas de la televisión pública el fortalecer el sentido de lo social-ciudadano? ¿Se preocupa la televisión pública por dar un tratamiento procesual contextualizado a las problemáticas que aborda? ¿Alerta la televisión pública al televidente sobre la necesidad de reconocer dónde está lo real y dónde la representación de los hechos? ¿Desde la programación de la televisión pública se privilegia el mostrar la importancia de la memoria histórica para la explicación del presente y la proyección del futuro? ¿Posibilitan las prácticas desde la televisión pública un empoderamiento de los ciudadanos en sus diferentes manifestaciones? ¿Se preocupa la televisión pública por desmitificar realidades y discursos que han favorecido al proyecto dominante? ¿Incorporan en sus programas la televisión pública las manifestaciones sociales,

políticas y culturales diferentes a las hegemónicas bajo criterios de inclusión intercultural?
¿Favorece la televisión pública el reconocimiento en televidente de su responsabilidad social en los asuntos públicos?

La aproximación a la comprensión de las formaciones culturales, las narrativas y las representaciones televisivas son una puerta de entrada para comenzar a construir algunas respuestas a estas interrogantes. A continuación comenzaremos ha recorrer este itinerario.

CAPÍTULO 2.

REFERENTES CONCEPTUALES Y PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO.

2.1 Construyendo la categoría de *sujeto*.

El sujeto ha sido opacado bajo la categorización de público, televidente, consumidor. Es necesario rescatarlo. Los productores, los conductores y los televidentes de C7 tienen en común el ser sujetos sociales. En este trabajo consideramos necesario problematizar esta dimensión buscando reconocer, recuperar y visibilizar las características del *ser sujeto* en las condiciones específicas de procesos de producción, circulación y consumo asociados a la televisión pública.

En estas condiciones, partimos del hecho de que es necesaria una definición propia sobre el sujeto pensándola a partir de las características propias de esta investigación. Esto implica recorrer un camino que atienda cuatro vertientes: recuperar el sentido histórico fundamental que se le ha otorgado a este concepto; apropiarse de las condiciones históricas específicas que

configuran al sujeto presente; construir una conceptualización que sea útil para entender al sujeto de investigación concreto en los contextos específicos actuales; y generar las categorías que metodológicamente posibiliten el aterrizaje empírico de esta dimensión del estudio¹⁰³. Se hace necesaria, entonces, otra forma de mirar al sujeto¹⁰⁴. Esta es una de las tareas que nos proponemos desarrollar a lo largo de este apartado.

La historia real es un referente necesario para entender el sentido de la historia contada. De la acumulación y síntesis de esos micro-relatos de los individuos ha resultado el concepto de sujeto, como una abstracción histórica útil como enunciación para nombrar y herramienta para comprender. En tanto que el “sujeto” existe como concepto, pero no como realidad material, es que se hace necesario rebasar las formas lógicas de su estructuración para recuperar analíticamente tanto las circunstancias históricas que han favorecido las diferentes formulaciones que se han hecho sobre este concepto como las construcciones subjetivas y de lenguaje que han mediado en dicho proceso.

Cualquier definición que se haga sobre “el sujeto” transparenta posturas epistemológicas, posicionamientos teóricos, intenciones metodológicas y posturas ideológicas. Variadas son las definiciones que se han construido sobre este concepto, las cuales no se proyectan en el campo científico como simples sobreposiciones sino, en la mayoría de los casos como contraposiciones. Y es que más allá de una definición sobre “el sujeto” se identifican actitudes y compromisos políticos que buscan legitimar su propia visión sobre el sujeto real a través de una definición que no es otra cosa que una representación construida desde una posición de fuerza en el campo del conocimiento. Por esta razón, consideramos que ninguna definición puede considerarse neutra.

¹⁰³ Zemelman advierte: “...colocados ante la complejidad de la realidad, se plantea tener que recuperar al sujeto pensante desde el conjunto de sus facultades” (2005: 81). Adherirse a este planteamiento abre la posibilidad de generar una postura crítica ante la visión del sujeto construido desde la modernidad. Se identificará así la posibilidad histórica de expresión y comprensión multidimensional del sujeto como *homo sapiens* (que piensa), *homo faber* (que fabrica), *homo ludens* (que juega), *homo demens* (que actúa impulsivamente) y *homo mythologicus* (que genera mitos). En palabras de Morín: “El hombre es racional (‘sapiens’), loco (‘demens’), productor, técnico, constructor, ansioso, gozador, extático, cantante, danzante, inestable, imaginante, fantasmante, neurótico, erótico, destructor, consciente, inconsciente, mágico, religioso. Todos esos rasgos se componen, se dispersan, se recomponen según los individuos, las sociedades, los momentos, aumentando la diversidad increíble de la humanidad. Pero todos estos rasgos salen a la luz a partir de las potencialidades del hombre genérico, ser complejo en el sentido de que reúne en sí rasgos contradictorios” (Morín, 2003: 71).

¹⁰⁴ Es bajo esta lógica que Morín (1995: 84-85) considera que para el estudio del sujeto “(...) debemos hacer toda una reconstrucción conceptual en cadena para concebir la idea de sujeto (...) esta noción de sujeto nos obliga a asociar nociones antagónicas: la exclusión y la inclusión, el yo, el ello y el se. Para esto es necesario lo que llamaré un pensamiento complejo, es decir, un pensamiento capaz de unir conceptos que se rechazan entre sí y que son desglosados y catalogados en compartimentos cerrados (...)” Y agrega que “(...) ese es el trabajo que hay que hacer para que emerja la noción de sujeto. De lo contrario, sólo seguiremos disolviéndolo o trascendentalizándolo, y no llegaremos a comprenderlo jamás”.

Un concepto como el de “sujeto” es históricamente construido y constructor. Se entenderá que: “El grado en que una forma de comprensión prevalece o se sostiene en el tiempo no depende exclusivamente de la validez empírica de la perspectiva en cuestión, sino también de un conjunto de procesos sociales que incorporan la comunicación, la negociación, el conflicto, la retórica (...) y las marcaciones de género” (Schnitman, 1995: 18)¹⁰⁵. De esto se desprende que la validez de un concepto como el de “sujeto” no resulta exclusivamente de su consistencia lógica, sino sobre todo de su pertinencia social e histórica.

En cada época histórica los hombres construyen las nominaciones y definiciones que necesita para auto-comprenderse. Las propias épocas favorecen y constriñen este proceso. La modernidad es una referente indispensable cuando nos proponemos explicar las diferentes formas en que se ha pensado al sujeto desde estos contextos. Desde la perspectiva moderna el sujeto fue pensado predominantemente bajo criterios de determinismo, homogeneidad, racionalidad, disyunción, linealidad, legalidad, materialidad y a-historicidad. Se le asoció con pensamiento fundado, objetividad, experimentación, autonomía, libertad y centralidad (Roa, 1995: 20-30)¹⁰⁶. Pero también como sujeto fragmentado en dualidades irreconciliables (sujeto-objeto, alma-cuerpo, ser-naturaleza, objetivo-subjetivo, individualidad-socialidad, consciente-inconsciente, concreción-abstracción, particularidad-generalidad, causalidad-casualidad).

2.1.1 El concepto de *sujeto* desde la sociología clásica.

¹⁰⁵ Consideremos de manera general este panorama. Aunque el sujeto histórico ha sido el constructor de las sociedades y de todas sus manifestaciones, no siempre ha dirigido su atención para reflexionar sobre sí mismo. Desde la filosofía, el sujeto había sido visualizado como *ego metafísico* (Morín, 1988:31). Desde las humanidades como generador y apreciador de manifestaciones artísticas. Es con el advenimiento de la modernidad y el desarrollo de las ciencias sociales que las sociedades comienzan a mirarse a sí mismas bajo criterios de indagación y análisis. Desde la perspectiva positivista al sujeto se le ha pensado como un *ente* subordinado a leyes de la naturaleza. A partir del siglo XVIII, con el desarrollo de las sociedades modernas, el sujeto fue pensado como *masa*. Bajo la predominancia de los medios de masas, los sujetos han sido caracterizados como *públicos*. Mientras que desde una perspectiva sociopolítica, propia de las formas de gobierno de la democracia burguesa, a los sujetos se les ha considerado *ciudadanos*. En tanto que en contextos de crisis de la modernidad capitalista, algunos autores han conceptualizado al sujeto como *multitud*, en su significado de muchos plurales, como singularidades que actúan en la esfera pública sin otorgar confianza al Estado. A diferencia de la *multitud*, el *pueblo* sí se muestra interesado en su vinculación con el Estado (Virno, 2003). El sujeto también ha sido considerado bajo la óptica de procesos. Cuando se les piensa como individuos que protagonizan acciones de transformación se les ha dado en llamar *agentes*.

¹⁰⁶ En palabras de Morín, “...en el siglo XX hemos asistido a la invasión de la cientificidad clásica en las ciencias humanas y sociales. Se ha expulsado al sujeto de la psicología y se le ha reemplazado por estímulos, respuestas, comportamientos. Se ha expulsado al sujeto de la historia, se han eliminado las decisiones, las personalidades, para sólo ver determinismos sociales. Se ha expulsado al sujeto de la antropología, para ver sólo estructuras, y también se lo ha expulsado de la sociología. Se puede incluso decir que, en determinado momento y cada uno a su manera, Levi-Strauss, Althusser, Lacan liquidaron a la vez la noción de hombre y la noción de sujeto, adoptando la inversa de la famosa máxima de Freud, quien decía: ‘Ahí donde está el ello (*das Es*) debe advenir el yo’. Según la visión estructuralista y cientificista, ahí donde está el yo, hay que liquidarlo, debe advenir el ello. No obstante ha habido algunos retornos de los sujetos, retornos a veces tardíos, como en Foucault o en Barthes, coincidiendo con un retorno del Eros y un retorno de la literatura” (Morín, 1995:68-69).

Las ciencias sociales se constituyeron en el intento científico de la sociedad moderna por pensarse a sí misma. El marxismo y el funcionalismo se constituyeron y se mantienen aún como las dos de las perspectivas predominantes de la modernidad para el análisis de la sociedad. Tanto Carlos Marx como Max Weber aportaron elementos teóricos para la comprensión moderna del sujeto.

En su obra *El Manifiesto del Partido Comunista*, Marx desarrolló su visión sobre la sociedad. Destacó su carácter histórico y reconoció a la lucha de clases como aquel motor que le dinamiza y le define. Analíticamente el sujeto es colocado como perteneciente a una clase social, y situado en un escenario de confrontación¹⁰⁷. El sujeto es pensado dialécticamente como constructor de su historia, pero limitado por circunstancias objetivas¹⁰⁸. También habla Marx del sujeto como un hombre productivo que materializa las condiciones históricas de su existencia en el proceso de trabajo¹⁰⁹ y como un sujeto social, que crea y reproduce vínculos sociales con otros sujetos¹¹⁰. Estas relaciones sociales son elemento constituyente de esas circunstancias históricas condicionantes de las prácticas de los sujetos, y resultan también de ese desarrollo histórico de las sociedades.

La sociedad capitalista es para Marx el escenario donde se expresa nítidamente la alienación del sujeto. Una alienación que toma forma en separación, alejamiento y extrañamiento a diferentes niveles¹¹¹. El sujeto, para Marx, también es un sujeto comunicativo, y así lo deja entrever en su obra *La Ideología Alemana*. El lenguaje aparece como elemento fundamental de

¹⁰⁷ Afirmaba así que: “La historia de todas las sociedades hasta nuestros días es la historia de la lucha de clases” (Marx, 1970a: 32). Y es que, para Marx, “Todas las sociedades anteriores (...) han descansado en el antagonismo entre clases opresoras y oprimidas” (Marx, 1970a: 42), en tanto que en el capitalismo “Toda la sociedad va dividiéndose, cada vez más, en dos grandes campos enemigos, en dos grandes clases, que se enfrentan directamente: la burguesía y el proletariado” (Marx, 1970a: 33).

¹⁰⁸ En su trabajo *El Dieciocho Brumario de Luis Bonaparte* Marx establece que “Los hombres hacen su propia historia, pero no la hacen a su libre albedrío, bajo circunstancias elegidas por ellos mismos, sino bajo aquellas circunstancias con que se encuentran directamente, que existen y que han sido legadas por el pasado” (Marx, 1970b: 95).

¹⁰⁹ A este respecto dice Marx: “El objeto del trabajo es, pues, la objetivación de la vida del hombre como especie; porque el no se reproduce ya sólo intelectualmente, como en la conciencia, sino activamente y en un sentido real, y construido”. (Marx, 1981a: 112).

¹¹⁰ Para Marx, “(...) en la producción social de su vida, los hombres contraen determinadas relaciones necesarias e independientes de su voluntad, relaciones de producción, que corresponden a una determinada fase de desarrollo de sus fuerzas productivas materiales” (Marx, 1970c: 182).

¹¹¹ Dice Marx: “La enajenación del trabajador en su objeto se expresa de acuerdo con las leyes de la economía política: cuanto más produce el trabajador, menos tiene para consumir; cuanto más valor crea más se desvaloriza el mismo; cuanto más refinado es su producto más vulgar y desgraciado es el trabajador; cuanto más civilizado es el producto más bárbaro es el trabajador; cuanto mayor inteligencia manifieste su obra más declina en inteligencia el trabajador y se convierte en esclavo de la naturaleza” (Marx, 1981a: 106-107).

la propia constitución de la persona como ser humano. Surge de la sociedad y en ella se objetiva como expresión de prácticas y de formas de pensamiento¹¹².

Desde la perspectiva de Marx, el sujeto es un constructor de ideas y representaciones. Pero esta construcción está determinada por las condiciones materiales objetivas en la que éste se desenvuelven¹¹³. Las relaciones sociales entre las clases forman parte de la dimensión estructural de la sociedad. La lucha de clases en la que se ven enfrascados los diferentes sujetos, de acuerdo a la posición que ocupen en el campo social devienen en posiciones dominantes y dominadas, que resultan del campo de la producción, pero se reproducen en el terreno de las ideas¹¹⁴.

Podemos sintetizar la concepción de Marx sobre el sujeto en los siguientes términos: *los sujetos son individuos sociales, productivos y comunicativos; se desarrollan como productores de relaciones, bienes materiales y de ideas; sus prácticas las desarrollan en circunstancias históricas específicas, que condicionan su producción objetiva y subjetiva; corporizan socialmente su existencia en forma de clase sociales en lucha; de su confrontación con otras clases resultan relaciones de dominio material que también se cristalizan en dominio ideológico.*

En Max Weber el sujeto está asociado indisolublemente a la acción social. Para desarrollar esta acción el sujeto desarrolla una conducta mediante la cual enlaza sentidos subjetivos, esto quiere decir comprensibles, con referencia a otros sujetos. El sujeto orienta su acción en función, a su vez, de las acciones de los otros (conocidos o desconocidos) (Weber, 1969: 5, 18-

¹¹² A este respecto Marx reflexiona: “El lenguaje es tan viejo como la conciencia: el lenguaje es la conciencia práctica, la conciencia real, que existe también para los otros hombres y que, por tanto, comienza a existir también para mí mismo; y el lenguaje nace como conciencia, de la necesidad, de los apremios del intercambio con los demás hombres (...) La conciencia, por tanto, es ya de antemano un producto social, y lo seguirá siendo mientras existan seres humanos” (Marx, 1981b: 211)

¹¹³ Marx precisa, en este sentido que: “Los hombres son los productores de sus representaciones, de sus ideas, etc., pero los hombres son reales y actúan tal y como se hallan condicionados por un determinado desarrollo de las fuerzas productivas y por el intercambio que a él corresponde, hasta llegar a sus formaciones más amplias” (Marx, 1981b: 205). Y es tajante al plantear que “No es la conciencia del hombre la que determina su ser, por el contrario, el ser social es el que determina su conciencia” (Marx, 1970c: 182).

¹¹⁴ Para Marx, “Las ideas de la clase dominante son las ideas dominantes en cada época; o, dicho en otros términos, la clase que ejerce el poder material dominante en la sociedad es, al mismo tiempo, su poder *espiritual* dominante. La clase que tiene a su disposición los medios para la producción material dispone con ello, al mismo tiempo, de los medios para la producción espiritual, lo que hace que se le sometan, al propio tiempo, por término medio, las ideas de quienes carecen de los medios necesarios para producir espiritualmente. Las ideas dominantes no son otra cosa que la expresión ideal de las relaciones materiales dominantes concebidas como ideas; por tanto, las relaciones que hacen de una determinada clase la clase dominante son también las que confieren el papel dominante a sus ideas” (Marx, 1981b: 221).

19) La acción puede ser racional con arreglo a fines (expectativas), racional con arreglo a valores (valor), afectiva (emotiva) o tradicional (costumbre) (Weber, 1969: 20).

Los sujetos se relacionan socialmente, esto es: se encuentran en la probabilidad de desarrollar una conducta plural con sentido, recíprocamente referida, que puede ser transitoria o permanente, abierta o cerrada. En esta relación social dicho sentido se constituye de manera permanente y puede ser pactado por declaración recíproca. La acción social expresaría regularidades, como acciones repetidas con sentido típicamente homogéneo. Esta se orienta a partir de una representación de la existencia de un orden legítimo.

Para Weber, los sujetos constituyen comunidad cuando la actitud en la acción social “(...) se inspira en el *sentimiento* subjetivo (afectivo o tradicional) de los partícipes de *constituir* un todo” (Weber, 1969: 33). Y forman sociedades cuando “(...) la actitud en la acción social se inspira en una compensación de intereses por motivos racionales (de fines o de valores) o también en una unión de intereses con igual motivación” (Weber, 1969: 33).

Los sujetos pueden vincularse a partir de establecer relaciones de poder: “Poder significa la probabilidad de imponer la propia voluntad, dentro de una relación social, aun contra toda resistencia y cualquiera que sea el fundamento de esa probabilidad” (Weber, 1969: 43). Bajo este presupuesto es que Weber define a la dominación como “(...) la probabilidad de encontrar obediencia a un mandato de determinado contenido entre personas dadas (...)” (Weber, 1969: 43).

En otro sentido, el sujeto puede entenderse como clase cuando en un grupo humano “(...) se encuentra en una situación igual de clase” (Weber, 1969: 242). Las clases son clasificadas en propietaria y lucrativa. El sujeto se reconoce como parte de una clase social cuando se encuentra en situaciones de clase a partir de las que se desarrolla un intercambio personal en la sucesión de generaciones de manera fácil y que suele ocurrir de un modo típico. (Weber, 1969: 242). Una clase propietaria es tal en la medida que cuenta con el monopolio en la compra, la venta y en la probabilidad de formar patrimonio y capital, y en los privilegios estamentales. Los pobres son colocados por Weber en la categoría de clases propietarias negativamente privilegiadas.

Podemos decir que características esenciales del sujeto se expresan en la siguiente formulación: *El sujeto es un actor que construye sentido compartido con otros actores a partir*

de interacciones sociales racionales, afectivas o tradicionales; sobre la base del sentido compartido, construye comunidades y sociedades.

2.1.2 El concepto de *sujeto* desde la cultura.

Hemos revisado dos formas de pensar al sujeto desde la sociología clásica. ¿Pero cómo se ha pensado al sujeto desde visiones culturales arraigadas en la modernidad? John B. Thompson agrupa las definiciones de cultura en tres grandes perspectivas: la clásica o erudita, la antropológico-descriptiva y la simbólica¹¹⁵. Asimismo, desde cada una de estas tres concepciones es posible inferir la manera en que se está conceptualizando al sujeto. Para la concepción clásica el sujeto cultural sería *aquel que desarrolla las competencias de racionalidad y apreciación estética que le posibilitan humanizarse, adecuándose a los avances de la modernidad*. Para la concepción antropológico-descriptiva, sería un *sujeto que establece interacciones para crear expresiones materiales y subjetivas de cultura*. En tanto que para la concepción simbólica, el sujeto cultural sería considerado como *constructor de formas simbólicas, y de significados asociadas a ellas, presentes en sus prácticas, lenguaje u objetos construidos, que son utilizados para el intercambio comunicativo de significados*.

Sólo bajo criterios de historicidad es que se puede comprender los referentes socioestructural y subjetivo que están en la base de estas construcciones conceptuales sobre la cultura y el sujeto cultural¹¹⁶.

2.2 Complejizando la reflexión sobre el sujeto.

¹¹⁵ Para la concepción clásica, se considera que "(...) *la cultura es el proceso de desarrollar y ennoblecen las facultades humanas, proceso que se facilita por la asimilación de obras eruditas y artísticas relacionadas con el carácter progresista de la era moderna*" (Thompson, 1993: 139). La concepción descriptivo-antropológica de la cultura dice que "(...) *la cultura de un grupo o sociedad es el conjunto de creencias, costumbres, ideas y valores, así como los artefactos, objetos e instrumentos materiales que adquieren los individuos como miembros de ese grupo o sociedad*" (Thompson, 1993: 143). Mientras que la concepción simbólica de la cultura plantea que ésta "(...) *es el patrón de significados incorporados a las formas simbólicas –entre las que se incluyen acciones, enunciados y objetos significativos de diversos tipos– en virtud de los cuales los individuos se comunican entre sí y comparten sus experiencias, concepciones y creencias*" (Thompson, 1993: 145).

¹¹⁶ En la configuración del pensamiento moderno el sujeto es pensado como *pueblo*, y en tanto tal es asociado con lo popular, y en consecuencia con atraso, superstición e ignorancia. Se le excluye de la cultura, se le califica como in-culto. El sujeto es, entonces, vulgo, muchedumbre, atraso. Los románticos piensan al sujeto-pueblo como *colectividad*, heroicidad y como portadores de cultura. Desde el romanticismo al pueblo se asocia con lo tradicional, original, auténtico y con lo folclórico. Durante el mismo siglo XIX, desde el marxismo y desde el anarquismo el sujeto-pueblo va a ser definido como *clase*. Con el desarrollo y maduración del capitalismo (industrialización, urbanización, crecimiento poblacional, mediatización, consumo, fragmentación, etc.) se va acuñando el concepto de cultura de masas, para nominar esta nueva realidad. Es así que desde las posiciones más conservadoras, al sujeto se le considerará como *masa* (Véase a Martín Barbero, 1987).

La crisis del proyecto moderno ha obligado a pensar de otra manera al sujeto social, porque este mismo ha cambiado. Ahora existe la preocupación por pensar al sujeto en función de articulaciones, confluencias, tensiones, desórdenes, inter.-subjetividades, desigualdades, autoorganización, diversidad e historicidad. Se han comenzado a construir otras definiciones y otras maneras de nombrar al sujeto. Desde la perspectiva del pensamiento complejo al sujeto se le reconoce como una realidad conjuntiva, más que disyuntiva, menos dicotómica y más articulada. Esto permite entender que un sujeto pueda ser construido analíticamente como una unidad que alberga múltiples contradicciones¹¹⁷.

Si el modelo de sujeto de la modernidad era el hombre racional, ahora se empieza a entender la importancia de la subjetividad como factor que media en la aproximación y comprensión del mundo. Se trata de una subjetividad que va más allá del individualismo, del personalismo. Que investigamente exige reconocer en lo subjetivo la presencia de lo social-estructural (Reguillo, Anclajes:51) Se trata de comprender a un sujeto que reconcilia, no sin tensiones, lo social y lo individual, lo racional y lo emotivo, por ejemplo.¹¹⁸ También se entiende que cada una de estas dimensiones ha establecido su impronta en el cuerpo, pero también en la mente, en la emotividad y en la voluntad de los sujetos sociales¹¹⁹. Como parte de esta dimensión subjetiva de los sujetos se encuentra los procesos de percepción. Las percepciones tienen también carácter social y cultural. A través de la percepción los sujetos transforman en continuas las formas y los trayectos¹²⁰.

¹¹⁷ El sujeto, al mismo tiempo que mantiene una autonomía individual, simultáneamente se encuentra en condiciones de dependencia social. Su identidad subjetiva resulta de un doble proceso, también contradictorio, de auto y exo-referencialidad. El Yo del sujeto al mismo tiempo que posibilita la unicidad, paralelamente contiene una múltiple personalidad, identitariamente expresada en el Yo. Otra fuente de tensión en el sujeto resulta de su funcionamiento con base en el principio de inclusión-exclusión; la exclusión posibilita que el Yo sea singular (que nadie pueda suplantarle), en tanto que la inclusión posibilita la integración de la subjetividad propia en la subjetividad colectiva, de los otros. Esos otros se expresan a través del yo del sujeto, lo que hace que el sujeto oscile permanentemente entre el todo egocéntrico y la nada como relación con la totalidad infinita (Morín, 1995: 72-84).

¹¹⁸ El desarrollo de los sujetos no es linealmente lógico, sino autoconstructivamente conflictivo. Es esta una característica distintiva de un sujeto que a través de la historia ha luchado por transitar de la hominización a la humanidad a través de procesos desiguales, pero igualmente identificables, donde se entrecruzan en procesos: cerbero-mano-lenguaje-mente-cultura-sociedad.

¹¹⁹ Así se entenderá que: “El homínido deviene plenamente en humano cuando el concepto de hombre comporta una doble entrada psico-socio-cultural, que se remiten la una a la otra” (Morín, 2003: 37).

¹²⁰ Dice Ibáñez que las esencias ideales son exactas, mientras que las cosas sensibles son inexactas, y que la comunicación entre lo exacto y lo inexacto es posible a través de la presencia de lo anexacto, en tanto posibilidad de aproximación a lo inexacto. Como parte de este proceso de construcción de anexactitudes los sujetos sincronizan mundos imaginarios (preceptos) y mundos simbólicos (conceptos), que buscan contener tiempos diversos (físicos, biológicos, biográficos e históricos) y espacios variados (topográfico, proyectivo, topológico).

La diversidad dimensional del sujeto comienza a vislumbrarse con mayor nitidez cuando se le reconoce no sólo como sujeto cósmico y físico, sino también como sujeto con implantación terrena, meta-viviente (capaz de crear vida psíquica, mental, social y cultural). Ahora se empieza a dilucidar que es necesario comprender al individuo como sujeto situado en un mundo material con el que mantiene relaciones complejas de articulación; como portador de características del mundo presente y de la herencia legada por generaciones pasadas. “El cosmos nos ha creado a su imagen” dirá Morín (2003: 30). También se desarrolla la preocupación por clarificar la relación entre sujeto y sociedad bajo otros términos (ni psicologismo, ni sociologismo)¹²¹. Esta postura coloca en otro marco de comprensión la relación entre subjetividad, lenguaje y comunicación, que permite entender al sujeto como un individuo práctico-intercomunicativo y subjetivo, que a través de la conciencia y el lenguaje desarrolla la autorreferencia y la reflexividad, que le hace posible la objetivación y resubjetivación¹²².

Hay que destacar que los sujetos sociales se encuentran en el centro de la totalidad del desenvolvimiento social. Intentar comprender a los sujetos sociales implica tomar en cuenta los anclajes históricos-socio-culturales desde la que se desenvuelven sus prácticas (sexo, raza, edad, nivel socioeconómico, recursos de identidad, espacio-temporalidad, instituciones donde participan, etc.) La aproximación al conocimiento de los sujetos sociales requiere colocarles en sus contextos históricos específicos. Son productores de la sociedad y al mismo tiempo producidos por ella. Identificar el papel protagónico que cumplen los sujetos como actores sociales nos conduce a resaltar la importancia que revisten sus prácticas, a través de las cuales producen, circulan, re-significan discursos, y generan sentido a partir de procesos negociados en condiciones de interacción con otros sujetos sociales¹²³.

¹²¹ Esta situación la reflexiona Morín (2003) cuando señala que la humanidad surge de una pluralidad y de un ajuste de tres procesos dialógicos y antagónicos imbricados, que se producen y se entre-producen: la trinidad de individuo-sociedad-especie, el individuo que como especie crea sociedades, que se hacen presentes en los individuos, los cuales reproducen la especie desde lo social; la trinidad cerebro-cultura-mente, que presupone que las necesidades biológico-naturales se satisfacen socioculturalmente, y lo mismo ocurre con los pensamientos, que se construyen cerebral-social y culturalmente. Puede entenderse, así que: “Este cerebro por el que pensamos, la boca por la que hablamos, la mano con la que escribimos son totalmente biológicas, siendo totalmente culturales” (Morín, 2003: 60); y la trinidad razón-afectividad-pulsión, que pone a actuar la construcción racional, las emociones y los impulsos.

¹²² Esta profunda complejidad que representa el sujeto la delinea Ibáñez de la siguiente manera: “Un individuo es una frontera topocronológica que divide el universo en dos zonas: un interior/pasado (la parte del universo ‘ya’ incorporada) y un exterior/futuro (la parte del universo ‘por’ Incorporar). Desde el cristal al ser humano se desarrollan individuos cada vez más potentes. Un individuo implica un proyecto de incorporación a su interior/pasado todo su exterior/futuro (todo ‘su’ universo). Universo (de ‘unus’ + ‘vertere’) es el resultado de haber dado una vuelta: vueltas cada vez más potentes crean universos cada vez más potentes. El universo del cristal es una solución sobresaturada de las moléculas que cristalizan. El universo del ser humano alcanza los límites topológicos y cronológicos del Universo por antonomasia” (Ibáñez, 1990: 186).

¹²³ El sujeto cuenta con una mente productora y producida a partir de la reflexividad, pero con condicionantes espacio-temporales. Habría que considerar que: “Una continuidad de prácticas presupone reflexividad, pero la reflexividad misma sólo es posible en la virtud de la continuidad

Pero no se puede entender ni las prácticas ni los significados construidos por los sujetos sin reconocer el papel que cumplen las instituciones como portadoras, circuladoras y reproductoras de las visiones dominantes sobre el mundo, la historia y la sociedad. Es desde las instituciones que se opera la rutinización de las prácticas y las tipificaciones que aparecen como representaciones legítimas sobre la realidad¹²⁴.

De lo planteado podemos recuperar ideas como las siguientes: a) Que las características del sujeto social real no corresponden necesariamente a las del sujeto conceptualmente construido; b) Que cada conceptualización que se ha desarrollado sobre el sujeto ha estado condicionada por los contextos históricos y de producción teórica, y por la perspectiva desde donde se construye tal definición; c) Que las conceptualizaciones sobre el sujeto social no sólo tienen implicaciones para el marco y desarrollo de la investigación, sino que, además, generan indudables consecuencias en el terreno práctico social; d) Y que la diversidad de definiciones que se han construido ha lo largo del tiempo permiten vislumbrar la necesidad de considerar al sujeto social más que como una realidad unidimensional, una realidad multidimensionalidad sociohistóricamente construida.

Una vez realizado este recorrido por la trama de la significación del concepto de sujeto, nos colocamos en condiciones de sugerir una definición que cumpla la función de abstracción ordenadora en la construcción y despliegue de categorías y procesos de operacionalización vinculados a las dimensiones del estudio¹²⁵.

Individuo con centralidad social. Histórico, historizado e historizador. Enraizado en un mundo complejo, incierto, histórico, simbolizado y compartido. En interretroactividad con otros a partir de instituciones e inmerso en relaciones de poder. Singularmente social y socialmente singular; autónomo y constreñido por el orden simbólico; y con identidad tensionada de grupo.

de prácticas, que las define claramente como 'las mismas' por un espacio y un tiempo (Giddens, 1995, p. 40-41). Estos contextos tienen su referencia desde lo biológico, físico y psíquico del sujeto consideradas como determinaciones social y culturalmente construidas. Y pasan por la afiliación de grupo dada por la identidad.

¹²⁴ Para esto resultan significativas las palabras de Giddens (1995: 54) cuando señala que: "Una de las tesis principales de la teoría de la estructuración es que las reglas y los recursos que se aplican a la producción y reproducción de una acción social son, al mismo tiempo, los medios para la reproducción sistémica (la dualidad de la estructura)".

¹²⁵ De Marx retomamos las dimensiones social, práctica, productiva, comunicativa, interactiva, histórica, de clase, ideológica y de poder referidas al sujeto. De Weber consideramos el aspecto de producción y compartición de sentido, y construcción de sociedades. Culturalmente retomamos de las diferentes concepciones las características asignadas al sujeto, de racionalidad, subjetividad, lenguaje, producción material e inmaterial, interactividad, simbolización, significación e intercambio de sentidos, individualidad y colectividad.

Individuo de lenguaje discursivo, que comunica y genera sentidos. Individuo estructuralmente multidimensional, cognitivo y afectivo, producido y productor de procesos objetivos e intersubjetivos. Apropiador y re-significador. Con percepciones socioculturalmente construidas y reflexividad condicionada.

El recorrido de reconstrucción conceptual sobre el sujeto ha implicado un tránsito desde las consideraciones más abstractas hasta la formulación más concreta (en el pensamiento). Metodológicamente esto es aún insuficiente para los propósitos de nuestro estudio. Es necesario dar otro paso todavía, ese que nos permita reconstruir los conceptos de productor y conductor televisivo, y aproximarnos a niveles cada vez más concretos en el pensamiento. Es importante señalar un presupuesto metodológico que debe apoyar la reflexión sobre lo que es un productor y un conductor televisivo, y es el de interesarse por las características de la estructura en la que desarrolla su actividad¹²⁶. La pregunta que resta por responder es ahora: ¿cómo se puede entender a un productor y conductor televisivo de C7 si se atiende su dimensión como sujeto?

2.3 Sujeto-productor/conductor televisivos como categorías de análisis.

Podemos comenzar diciendo que un productor televisivo es aquella persona encargada de generar, conducir, regular y materializar una idea en un producto televisivo; además de programar, promover ideas creativas, generar formatos, buscar recursos, administrar tiempos, evaluar proyectos y buscar patrocinadores (en el caso de la televisión comercial). El productor tiene bajo su cargo la responsabilidad del presupuesto y de su administración. Además, se encarga de la coordinación y la realización del proyecto de producción en su conjunto. Para desarrollar este trabajo, el productor televisivo se relaciona con recursos materiales y con recursos humanos¹²⁷.

¹²⁶ Aceptando lo que dice Bourdieu (1997: 78) en el sentido de que “(...) cuando se hace sociología, se aprende que los hombres y las mujeres tienen su responsabilidad, pero que están mayormente definidos y definidas en sus posibilidades por la estructura en la que están colocados y por la posición que ocupan en ella”.

¹²⁷ Dentro del material básico que un productor requiere se encuentra cámara de video, switcher o mesa de mezclas, corrector de base de tiempos (TBC), código de tiempo, magnestoscopio, monitor, mezcladora, deck, reproductor de CD, reproductor de DAT, bocina y micrófonos. A esto se deben agregar los recursos vinculados a la iluminación, como son: freznel, cazuela, back Light, proyector de efectos especiales, follow y mesa de control. Como parte de los recursos humanos que se requieren para realizar una producción televisiva se encuentran el guionista, escenógrafo, diseñador, director de cámaras, el asistente del director, los camarógrafos, el asistente de camarógrafos, el operador de video tape, el editor de

Teniendo como referencia estos elementos es posible describir el sentido del proceso de producción. “La producción es un proceso mediante el cual una idea se va transformando hasta llegar a plantearse en términos reales de audio y video. Para su realización se requiere de un gran esfuerzo de todos los involucrados, así como el cumplimiento de una serie de requerimientos; de manera que la producción se puede dividir en tres fases: preproducción, grabación o realización y post-producción” (Rosales, 1993: 23)¹²⁸. Una producción televisiva recorre un proceso que incluye diferentes fases¹²⁹. El trabajo de pre-producción es, en esencia, un proceso de planeación que incluye desde el surgimiento de la idea, hasta la materialización de ésta en guiones respectivos y el inicio del proceso de ejecución de esa idea inicial en un programa concreto. El trabajo de producción o grabación consiste en el desarrollo del trabajo práctico que se traduce en la recopilación de material necesario para construir el programa. El trabajo de post-producción se refiere al proceso que permite el acabado definitivo del proceso de producción que se traduce en el producto televisivo diseñado. Aún más, cabría decir que la producción televisiva es en realidad una práctica multidimensional¹³⁰.

video, el floor manager, el operador de mezcladora, el microfonista, el musicalizador, el jefe de iluminación, el auxiliar de iluminación, el jefe de conducción de señales y el auxiliar del conductor de señales. Adicionalmente, para desarrollar su trabajo, el productor necesita entornos creados, como la escenografía y las locaciones (Rosales, 1993: 2-22)

¹²⁸ Por producción también puede entenderse “...todos los procesos técnicos y artísticos que se llevan a cabo desde que surge la idea hasta que el producto audiovisual llega al público y esto es, en definitiva, el proceso de construcción del discurso audiovisual” (Barroso, 2002: 24)

¹²⁹ 1) Surge una idea de programa; 2) Se da cuerpo a la idea y se justifica su pertinencia (considerando recursos económicos, personal, duración, equipo técnico, espacios, guión, promoción, público, horario, formato); 3) Se plantea el proyecto para su aprobación; 4) Se desarrolla un proceso de investigación sobre la temática a abordar; 5) Se elabora un guión técnico y un guión creativo; 6) Si el programa es en vivo, se prepara el foro; 7) Si el programa requiere grabaciones previas, el asistente de locaciones realiza el trabajo; 8) Se prepara la imagen del programa; 9) Se construyen promocionales del programa; 10) Se verifica el estado de los recursos técnicos momentos antes del programa (líneas, cámaras, señal de video, iluminación, micrófonos, audio, conductores); 11) Se proyecta el programa al aire; 12) Se ordena el retiro de los materiales 13) Se recopilan las hojas de registro de lo acontecido en el programa; 14) Se evalúa el trabajo realizado; 15) Se comienza la planeación del siguiente programa.

¹³⁰ Posee diferentes niveles que se entrecruzan en los procesos reales de generación de un producto televisivo. La dimensión institucional se refiere a las políticas, objetivos, misión, visión, códigos y ordenamientos internos del canal televisivo u organización desde donde se hace la producción y que median en el proceso de construcción del producto. La dimensión económica incluye el conjunto de recursos financieros con los que adjudicarse los recursos materiales y humanos, y mantener su funcionamiento durante el tiempo que se prolongue el proceso de producción. La dimensión tecnológica trata del tipo y calidad de recursos técnicos (mecánicos, electrónicos, automatizados, digitales) con los que se cuenta para ejecutar el conjunto del proceso de producción en todas sus fases y niveles. La dimensión social abarca diferentes aspectos: la ubicación y función del canal televisivo u organización respecto al conjunto de la sociedad; la manera en que la producción realizada toma postura respecto al conjunto de problemáticas que forman parte de la agenda social; los vínculos que la producción televisiva favorece entre programas e intereses ciudadanos; y el conjunto de relaciones que internamente se desarrollan entre los constructores de la producción televisiva, y que responden a una jerarquización convencional institucionalizada. La dimensión cultural está dada por el conjunto de prácticas significativas que desarrollan las personas que participan en este proceso productivo, y que se objetivan en el producto televisivo mismo. La dimensión comunicativa se configura por el conjunto de procesos de generación, circulación, intercambio y significación de sentidos que se da internamente durante el proceso de creación del producto televisivo, y que sienta las bases para la emergencia de otros procesos comunicativos con el público televidente. La dimensión política quiere decir que esta práctica se desarrolla en contextos de disputa de poder entre los actores que participan en el proceso de producción, y entre éstos y los destinatarios de los productos televisivos. Esta disputa se da en condiciones de asimetría grupal y de clase. En tanto que la dimensión ideológica consiste en el conjunto de valores, creencias y visiones del mundo que se hacen presentes durante y en la conclusión del proceso de generación del producto televisivo.

En un sentido general, la conducción televisiva es un tipo de actividad que consiste precisamente en dirigir el desarrollo de un programa de acuerdo a una forma, una secuencia y una temporalidad establecidas en un guión previamente elaborado por el productor. Generalmente el conductor es seleccionado considerando las características del programa que se tiene considerado transmitir; tomando en cuenta los objetivos particulares del programa; y valorando lo que espera el público real o potencial de ese programa. Variables que se toman en cuenta al momento optar por un tipo de conductor son edad, sexo, apariencia física, forma de vestir, lenguaje verbal y no verbal, conocimiento del lenguaje televisivo, preparación académica y contar con referencias sobre la problemática a abordar en el programa de que se trate.

Las actividades que debe cumplir un conductor televisivo se pueden clasificar según los criterios de antes, durante y después del programa. Antes del programa se encuentran las de prepararse con la información suficiente sobre el tema que se abordará; presentarse con la indumentaria adecuada; llegar puntual para atender y conocer los últimos detalles sobre el programa; tener un primer contacto con el o los invitados; someterse a la práctica del maquillaje; ingresar al foro; certificar el sonido de su voz con el staff técnico; y confirmar la cámara por la que entrará al programa; atender el conteo para iniciar el programa, que proviene del floor manager. Durante el programa las actividades de un conductor incluyen dar la entrada al programa; presentar el programa; introducir la temática que se va a abordar; presentar al invitado o invitados; orientar el diálogo que se tenga con estos; introducir las cápsulas que se presenten; dar continuamente los teléfonos a los que se puede dirigir el público; leer las llamadas y los correos electrónicos que lleguen al programa; atender las señales del staff; mandar a cortes de identificación; cerrar el programa. Después del programa, el conductor debe mantener un contacto estrecho con el productor para evaluar la actividad realizada y para coordinar las actividades que implique la preparación de los siguientes programas.

Para comprender al productor/conductor televisivo como sujeto, hay que hacerlo partiendo del presupuesto de la multidimensionalidad personal (cognitiva, afectividad, creatividad y practicidad), pero también contextual (institucional, económica, social, cultural, comunicativa,

tecnológica, política, ideológica) que se constituyen en mediaciones sobre el trabajo que realiza. Aunque su presencia y función no aparezca siempre como evidente para el conjunto de sujetos que realizan una producción televisiva. En su trabajo el sujeto-productor/conductor pone en funcionamiento, aunque de manera desigual, el conjunto de las dimensiones que le constituyen¹³¹.

En una primera instancia, podemos considerar que productor/conductor televisivo se constituye en un sujeto con centralidad social, en la medida que cumple una función fundamental para la generación y circulación de sentidos, en contextos históricos donde los medios de masas, y particularmente la televisión, han adquirido predominancia.

El sujeto-productor/conductor televisivo es un sujeto que a través de su práctica objetivan en productos audiovisuales, una idea en tanto expresión subjetiva, previamente internalizada, que resulta como abstracción de la apropiación, significación y re-significación que realiza de sus experiencias desarrolladas en contextos específicos de interacción con otros sujetos dentro y fuera del medio televisivo, y que se fundamentan en el uso de recursos, lenguajes, códigos, formatos y géneros. En estos productos se hace uso de formas simbólicas que generan sentidos que se comparten a ciertos destinatarios, en diferentes grados, niveles y formas. De esta manera, un sujeto-productor/conductor televisivo, es constructor y construido por los contextos sociohistóricos donde se desarrolla. En cada uno de sus productos se objetiva lo social-personal.

Sin embargo, el sujeto-productor/conductor televisivo, vive atado a contradicciones constantes. Contradicción entre la libertad creativa personal para producir y las limitaciones impuestas en el campo social, grupal e institucional. Contradicción entre identidad individual como persona e identidad grupal como sujeto-productor/conductor. Desarrolla sus prácticas de producción y conducción en interacción retroactiva con una variedad de sujetos que forman parte del mismo campo institucional de desenvolvimiento. Entonces, aunque el sujeto-productor/conductor televisivo desarrolla un trabajo que por su forma se presenta como individual, sin embargo, por su esencia es colectivo, eminentemente social¹³². Respecto a los

¹³¹ Los recursos tecnológicos que éstos utilizan en su proceso de construcción audiovisual requieren de su parte competencias y habilidades para su reconocimiento y manejo. Los elementos tecnológicos son instrumentos de producción que median en el conjunto del proceso, incluidos los rasgos que asuma el producto final.

¹³² Aunque la idea original que se proyecta como producto posible generalmente resulta de la iniciativa personal del productor/conductor, por su propio carácter tanto la producción como la conducción exigen el concurso de otros sujetos. Cada uno de ellos aporta un trabajo particular y

otros actores, socialmente se coloca en una posición de lucha por el poder. Este tipo de relación se traslada hacia el campo social tomando forma de expresiones de dominio-negociación-resistencia respecto a los televidentes.

2.4 El concepto de *formaciones culturales*.

Posicionados desde una perspectiva sociocultural, analíticamente hemos considerado necesario pensar a los productores televisivos como sujetos, y a los sujetos en su manifestación de productores/conductores televisivos. Como parte de esa concreción histórica del sujeto como *productor/conductor de un canal televisivo público*, en este capítulo metodológicamente intentaremos transitar por un itinerario de construcción del concepto de *formaciones culturales*, para acto seguido convertirlo en una categoría de análisis susceptible de ser trabajada con relación a la categoría de productores culturales televisivos. El mapa general de la ruta será el siguiente: *Sujeto* (concepto)-*sujeto* (categoría)-*Productor televisivo* (concepto)-*productor televisivo* (categoría)-*Formación cultural* (concepto)-*formaciones culturales* (categoría)-*formaciones culturales de los productores televisivos* (dimensión empírica operacional).

Los antecedentes del concepto de *formaciones culturales* son escasos, y acotados a experiencias y usos muy concretos. Entre estos referentes podemos señalar la manera en que, por ejemplo, Raymond Williams se refiere a las formaciones culturales como movimientos y maneras de organización de los productores culturales (Williams, 1981). Reconociendo esta limitación, en este apartado intentaremos realizar una somera labor de reconstrucción atendiendo dos niveles de referencia: algunas de las conceptualizaciones fundamentales que sobre el término *cultura* se han realizado desde diferentes ámbitos; y ciertos planteamientos de Morín, Foucault y Bourdieu que sin referirse a las formaciones culturales, tienen la cualidad de relacionar aspectos sociales y culturales con la configuración de los sujetos.

2.4.1 El concepto de *cultura* como referente del concepto de *Formaciones culturales*.

especializado a la configuración final del producto. Esta división social del trabajo favorece un proceso de divorcio entre el material producido y el aporte individual realizado. Ninguno de los participantes en la tarea de producción televisiva es artífice exclusivo del conjunto del proceso.

Tomando como punto de referencia que “(...) el estatuto contemporáneo de la cultura es lo que tiene que cuestionarse” (Mattelart-Neveu, 2004), es que partimos de considerar que *la cultura* es un término abstracto, resultado de construcciones sociales e históricas. De ahí que su misma estructuración lógica sólo deba tomarse como referente para orientar la comprensión de las manifestaciones culturales concretas de los sujetos históricos. Partimos del supuesto de que *la cultura* sólo puede encontrar su materialización (objetivación) en *las culturas*, como expresiones significativas prácticas y compartidas por los individuos en condiciones espacio-temporales e interacciones históricamente situadas.

El concepto de cultura tiene su propio proceso de historización: “Hasta mediados del siglo XVIII la cultura como concepto no existe, ya que, cada quien, en el lugar que ocupa en la sociedad, vive y piensa de manera cultural sin decirlo y sin hacer teorías sobre ello” (de Vertine, 1976: 99). Es a partir de desarrollo del proyecto de la modernidad que surge la preocupación de la sociedad por pensarse a sí misma. En contextos de ese siglo, la cultura era definida bajo el propósito de diferenciarla de la naturaleza. Entonces, cultura sería “(...) lo que los hombres añaden a la naturaleza: sus herramientas, costumbres, mitos, etc.” (Fossaert, 1983: 157). Bajo estas condiciones la reflexión sobre la cultura paulatinamente va tomando forma en un proceso de codificación de las prácticas culturales de los sujetos. Así, esto desemboca en formulaciones y clasificaciones como las de *alta cultura* (erudita, clásica), *cultura tolerada* y *cultura no-tolerada* (bárbara, de mal gusto), para después consolidar esta clasificación en procesos de institucionalización bajo los criterios socialmente dominantes, de tipo euro y etnocéntrico¹³³.

Esta semántica histórica del término cultura es apreciada por Raymond Williams (1981: 10-13) señalando que *la cultura* comienza a ser definida como un proceso de cultivo de la mente humana en sus modalidades de estado, proceso o medio. Después pasó a ser definida como una manera que asume la configuración del espíritu y el modo de vida de un pueblo concreto. Según cita el propio Williams, a finales del siglo XVIII se utiliza por primera vez el término de

¹³³ El etnocentrismo consiste en que “...las formas, los contenidos y, más generalmente, los ‘valores’ de la propia cultura se asumen como patrón para medir y valorar las formas, los contenidos y los valores de las culturas ajenas (subrayado en el original)...por consiguiente, se juzga positivamente todos los hechos que caben dentro de los propios marcos mentales...y se lleva hacia lo negativo (fuera de la humanidad) todos aquellos que responden a otras concepciones y visiones del mundo” (Cirese, 1976: 307-308). En su forma mas actual, el etnocentrismo toma forma en los países llamados desarrollados en lo que se ha dado en nombrar *exclusivismo cultural*., el cual “...consiste en que los comportamientos y las concepciones de los estratos subalternos y periféricos son rechazados fuera de los confines de la ‘cultura’, porque no concuerdan con las actitudes y valores de los grupos dominantes y ‘cultos’ y porque, de manera más general, no concuerdan con los modos oficiales de ver el mundo” (Cirese, 1976: 308)

'*culturas*', que permite diferenciar cultura de civilización y dar cuenta sobre la presencia de formas de vidas diferenciadas entre los pueblos. Agrega Williams que a mediados del siglo XX, la denominada sociología de la cultura intenta articular estas posiciones diferenciadas de varias maneras: considerando importante tanto el nivel social como las prácticas culturales que permiten la constitución del orden social; contemplando a la cultura como un sistema significativo, con prácticas significantes, inserto en el conjunto de manifestaciones colectivas, que permite el desarrollo y la comunicación al seno de un orden social.

El pensar la cultura se ha traducido en la configuración de perspectivas. En un principio fue la postura erudita fue la hegemónica. Sin embargo, a partir del siglo XIX la perspectiva antropológica de la cultura se desarrolla en oposición a esta visión. Desde la antropología el acento se orientó a establecer una diferenciación entre sociedad y cultura. Lo social se concibió como el "(...)conjunto de estructuras objetivas que se reparten los medios de producción y el poder entre los individuos y los grupos sociales, y que determinan las prácticas sociales, económicas y políticas" (Establet, 1966: 177-178)¹³⁴. De esta manera, se asociaron las interacciones de los sujetos con el terreno de lo social, y las expresiones subjetivas con el campo de la cultura.

A este planteamiento se adicionó uno más, que apuntó a precisar el tipo de relación que se desarrolla entre sujeto y realidad social. Para la perspectiva antropológica no existe una naturaleza esencializada del humano por fuera de su construcción en sociedad¹³⁵. Además, se plantea que, sin importar el grado de desarrollo social de una comunidad, todos los pueblos poseen una cultura históricamente específica. Ni superior ni inferior a otras, sólo diferente. Desde la satisfacción de las necesidades biológicas de los sujetos, hasta la realización de ritos y usos del lenguaje, la cultura se encuentra presente, y se transmite por tradición, de generación en

¹³⁴ Posteriormente, Bourdieu completará este razonamiento señalando que, si bien es cierto, la estructura social expresa una lucha que se da entre agentes, y que expresa relaciones de fuerza, en tanto, la cultura manifiesta relaciones de sentido entre fuerzas en conflicto.

¹³⁵ Reconociendo que el hombre posee cualidades naturales, innatas, la perspectiva antropológica considera que "(...)el hombre no desarrolla sus aptitudes naturales sino dentro de una forma de organización social determinada" (Bartholy-Despin, 1976: 111). Esto mismo es señalado desde la escuela antropológica de Boas: "(...) la cultura no se transmite mediante los mecanismos reproductivos de la especie humana, sino que se adquiere mediante el proceso de aprendizaje. Por eso la cultura es algo específicamente humano, y ajeno a cualquier otra especie (...) Entre el patrimonio biológico (y psicológico) y el patrimonio cultural existe, sí, una relación de condicionamiento, pero no de reductibilidad" (Rossi, 1970: 121-122). En expresión de Durham la cultura se forma a partir de orientaciones dadas por la sociedad: "Sin esas orientaciones, que son reglas simbólicamente construidas, el hombre no tendría un comportamiento (...) La cartografía simbólica es esencial no sólo para la elaboración del conocimiento, sino también para la organización y expresión de los sentimientos y pasiones. Desde este punto de vista, el componente simbólico de la acción humana, más que parte integrante, es el elemento constitutivo de la vida social" (Durham, 1984: 141-142). Llegado este momento, la expresión simbólica es considerada como una expresión social-material múltiple, y propia de la práctica de los sujetos.

generación. A pesar de los avances que representó esta perspectiva con relación a la tradición clásica, lo cierto es que siguió adoleciendo de una postura histórica-lineal-evolucionista, que entiende el desarrollo cultural como proceso continuo, progresivo.

Para la perspectiva antropológica la cultura de un pueblo no es una suma de elementos, sino un sistema complejo de instituciones, costumbres y creencias que orientan los comportamientos de los sujetos, aunque ellos no tengan plena conciencia de esto¹³⁶. A decir del mismo Rossi, para Malinowski la cultura se adquiere, en la medida que es una herencia social. No hay cultura ni antropología independientes de lo social. De la misma manera Malinowski intenta reconciliar lo natural con lo cultural-social del individuo. Propone entender que lo natural está expresado en necesidades biológicas, pero que éstas sólo pueden satisfacerse en sociedad. Las instituciones se constituyen en la forma social de utilidad para satisfacer las necesidades de los pueblos. A este antropólogo clásico le parece innecesario estudiar bajo criterios evolucionistas el desarrollo de una cultura, en tanto que considera que cada cultura es cerrada y debe entenderse en su desenvolvimiento interno (Rossi, 1970: 122-123)

Para los años treinta del siglo pasado, desde la tradición norteamericana, al hablar de la cultura se comenzó a poner acento en su dimensión normatividad. De los hábitos y las costumbres se pasa al interés por las reglas y los modelos de comportamiento. Así el concepto de cultura pasa a designar “(...) el conjunto de los modos de vida a los que el grupo atribuye *un valor*” (Rossi, 1970: 125)

Llegado este punto, estamos en condiciones de reconocer que en la producción conceptual sobre la cultura se han desarrollado diferentes teorizaciones¹³⁷. Una vez realizado este recorrido general por diferentes tratamientos conceptuales que se han realizado sobre la *cultura*, consideramos oportuno asumir una posición respecto a estas formulaciones e intentar dar cuerpo

¹³⁶ Varias son las caracterizaciones que se han desarrollado sobre el concepto de *cultura* desde esta perspectiva. Por ejemplo, Bartholy-Despin (1976: 111-114) la considera como un “(...) complejo sistema de reglas, de creencias, de técnicas (...)”. Además señala que “(...) toda práctica humana comporta siempre un aspecto cultural impuesto al individuo por la sociedad” (subrayado en el original). Precisa, también, que “(...) cada cultura constituye un sistema”.

¹³⁷ Como la de Signorelli (1980: 210), quien señala que “(...) la cultura es el sistema cognitivo-evaluativo que en cada sociedad mediatiza para los sujetos sociales, individuales o colectivos, tanto la elaboración de la concepción de la realidad en su conjunto, como la construcción de la autopercepción; volviéndose, de este modo, parte integrante de la identidad de los sujetos, tal sistema se constituye en uno de los niveles de interacción entre los mismos sujetos”. O definiciones como la de Clifford Geertz (1973, 223), que establece: “El concepto de cultura que yo defiendo...es esencialmente semiótico. Convencido, como Max Weber, de que el hombre es un animal amarrado a las telarañas de significados tejidos por él mismo, asumo que la cultura son precisamente dichas telarañas y su análisis; por lo tanto, este análisis no es el de una ciencia experimental en busca de leyes, sino el de una ciencia interpretativa en busca de significados”

una definición provisional que nos apoye en el propósito de construir la categoría de *formaciones culturales* que nos sea útil para entender al productor/conductor televisivo como un productor de objetivaciones y representaciones.

De esta manera, definimos el concepto de *cultura* como:

Un sistema material y simbólico complejo, que se objetiva en prácticas, instrumentos, objetos, artefactos, reglas, modos de vida, técnicas, instituciones, costumbres, formas simbólicas y expresiones subjetivas como, concepciones, autopercepciones, creencias, representaciones, imaginarios e identidad, compartidos por una colectividad. En conjunto, estos elementos son construidos por los sujetos sociales con el propósito de orientar su comportamiento en sociedad. La cultura es, entonces, una herencia social que se genera y se aprende socialmente, y se transmite de generación en generación. Es común a todas las sociedades, grupos e individuos, pero se manifiesta de manera singular en cada caso. Pero sobre todo, la cultura también representa un campo de lucha por la significación legítima de la realidad.

Partiendo de este presupuesto conceptual planteamos la siguiente pregunta: ¿podemos considerar que las *formaciones culturales* de los sujetos son resultado de aprendizajes que se manifiestan a través de prácticas sociales, y se objetivan materialmente en modalidades diversas, como realidades con significado común y legítimo para un grupo históricamente determinado? Buscando dar respuesta a esta interrogante es que, enseguida, trataremos de reconocer lo que nos aportan E. Morín, M. Foucault y P. Bourdieu a este respecto.

2.4.2 Las *formaciones culturales*: una reconstrucción desde Edgar Morín.

Si partimos de la concepción que Morín tiene sobre la cultura encontramos de su parte un primer reconocimiento de la cultura como rasgo consustancial a la sociedad humana. Dice Morín: “La cultura (...) está constituida por el conjunto de hábitos, costumbres, prácticas, saber-hacer, saberes, reglas, normas, prohibiciones, estrategias, creencias, ideas, valores, mitos, que se perpetúa de generación en generación, se reproduce en cada individuo, genera y regenera la

complejidad social. La cultura acumula en sí lo que es conservado, transmitido, aprendido, y comporta principios de adquisición, programas de acción. El capital humano primero es la cultura. El ser humano sería sin ella un primate del más bajo rango” (Morín, 2003: 40).

Para Morín, la cultura cumple una función organizadora de la experiencia y de las creencias. Para la sobrevivencia de las sociedades, dice, es indispensable la existencia de marcos de sentidos compartidos. Es esta una de las tareas que cumple la cultura. La construcción y uso de formas de normatividad es uno de los recursos de la cultura que los sujetos utilizan para lograr la producción y re-producción social (normatividad para el pensar, para el sentir, para el imaginar y para el hacer).

Desde una perspectiva de pensamiento complejo como la de Morín, la cultura no sólo crea reglas, sino que permite su ejecución, y las convierte en condicionante para su propia existencia y reproducción¹³⁸. Es en este sentido que Morín habla de esta relación hologramática y recursiva entre los sujetos y la cultura: “Hologramática: la cultura en los espíritus individuales y estos espíritus individuales están en la cultura. Recursiva: de igual manera que los seres vivos extraen su posibilidad de vida de su ecosistema, el cual no existe si no a partir de las inter-retroacciones entre esos seres vivos, igualmente los individuos no pueden formar y desarrollar su conocimiento si no es en el seno de una cultura, la cual sólo adquiere vida a partir de las inter-retroacciones cognitivas entre individuos: las interacciones cognitivas entre los individuos regeneran la cultura, que regenera otras interacciones cognitivas” (Morín, 1998: 23)¹³⁹ Más aún, señala que: “Los hombres de una cultura, por su modo de conocimiento producen la cultura que produce su modo de conocimiento. La cultura genera los conocimientos que regenera la cultura. El conocimiento depende de múltiples condiciones socioculturales y, a su vez, condiciona estas condiciones” (Morín, 1998:25)

Morín desarrolla un concepto (*imprinting*) completamente útil para la tarea que nos hemos propuesto, de construir la categoría de *formaciones culturales*. Según Morín (1998:30).el *imprinting* se puede entender como un complejo de determinaciones socioculturales concentrado en los sujetos, que cumple la función de imponer la legitimidad de la evidencia que responde a la norma. El *imprinting* sólo puede existir como una normalización institucionalizada

¹³⁸ De esta manera la cultura se presenta como una “(...) organización recursiva en la que lo que es producido y generado se convierte en productor y generador de aquello que lo produce o lo genera” (Morín, 1998: 19).

¹³⁹ El principio hologramático señala que no sólo la parte está en el todo, sino, que el todo está en la parte, que está en él. En tanto que el principio recursivo señala que los productos y efectos generados por un proceso recursivo, son al mismo tiempo co-generadores de este proceso.

que explicaría el por qué los sujetos aprenden lo que hay que decir, callar, pensar, ignorar, reconocer y des-conocer. Desde este proceso de institucionalización del *imprinting* también se convalida lo que se considera verdadero, aceptable, creíble y legítimo, y lo que se valora como falso, inaceptable e ilegítimo. Se puede entender que de la misma manera en que el *imprinting* y la normalización favorecen la reproducción del proyecto cultural dominante, en sentido inverso este proyecto posibilita la permanencia del *imprinting*. Pero no hay un solo *imprinting*, existen los de carácter dominante y los que permanecen subordinados. Ahora podemos decir que, desde la perspectiva de Morín, la construcción del *imprinting* se realiza desde el ámbito de las instituciones a través de habituaciones, normativizaciones y tipificaciones, además de que el *imprinting* condiciona la subjetividad y la objetividad del sujeto, y sirve como medio de construcción de legitimidad cultural en la sociedad.

De las reflexiones proporcionadas por Morín podemos recuperar algunos planteamientos que nos pueden ser útiles para ir configurando una definición de *formaciones culturales*. Ahora podemos señalar que:

- ❖ Las formaciones culturales de los sujetos producen y reproducen la complejidad social.
- ❖ Las formaciones culturales resultan y dan cuenta de una normatividad institucionalizada y social existente.
- ❖ La cultura crea las formaciones culturales que la generan.
- ❖ De la misma manera en que la cultura está contenida en las formaciones culturales éstas se encuentran contenidas en la cultura.

2.4.3 Desde Foucault, re-pensando las *Formaciones culturales*.

Formaciones discursivas es el concepto que desde Foucault nos permite reconstruir la categoría de *formaciones culturales*. Para Foucault, cualquier práctica discursiva se desarrolla bajo condiciones de posibilidad. Las formaciones culturales formarían parte de estas condiciones que se constituyen por materialidades discursivas y reglas de funcionamiento de carácter objetivo, y que existen independientemente de la voluntad de los sujetos.

Las formaciones culturales se presentarían como formas pre-existentes a las mismas prácticas discursivas (Albano, 2004). La discursividad y la capacidad cognitiva del sujeto

constructor y enunciador del discurso se verán limitadas por esas condiciones de posibilidad. Esta genealogía histórica de las formaciones culturales hace que éstas, al mismo tiempo que posean una materialidad, también construyan una autonomía respecto a los sujetos concretos, dado que se presentan como una síntesis del trabajo colectivo y anónimo de un grupo social, como abstracciones inter-subjetivas anónimas o como “fundamentos discursivos anónimos”, por señalarlo en los mismos términos foucaultianos.

Los procesos que desembocan en la construcción de las formaciones culturales poseen su historicidad propia. La historia de las formaciones culturales es también la historia de su configuración a partir de intercambios y disputas entre sí. Las tradiciones contenidas en las formaciones culturales resultan de una práctica y de una discursividad repetida que lleva a una acumulación, que se traduce en una expresión modélica temporalmente lineal y discursivamente homogénea. Las tradiciones discursivas también encuentran un punto de fundamentación en los acontecimientos discursivos, entendidos éstos como la “...irrupción de un conjunto de enunciados, prácticas y discursos que en determinado momento alcanzan cierto grado de coherencia y organización, y que son capaces de construir un dominio de saberes más o menos diferenciado y autónomo. El ‘acontecimiento discursivo’, a su vez, consiste en el momento de organización de toda una serie de prácticas y enunciados hablados o escritos que pueden desembocar en una unidad discursiva” (Foucault, 2004: 35).

A todo acontecimiento discursivo corresponde la organización de un espacio discursivo, como “Lugar lógico de articulación y aglutinación de discursos, prácticas, saberes y reglas, que bajo ciertas condiciones pasan de su estado de dispersión difuso a un estado de organización coherente y se precipitan, gracias a un acontecimiento discursivo, en una unidad” (Foucault, 2004: 36)

Esta discursividad trasciende los límites del tiempo y del espacio. La tradición discursiva de las formaciones culturales se construye, entonces, a partir del uso de hipótesis retrospectivas mediante las cuales se reconstruyen, a partir de una lógica de secuencialidad, las prácticas y los discursos pasados como antecedentes de las expresiones y nociones discursivas presentes.

Colocándonos desde la perspectiva de Foucault, podemos decir que:

- ❖ Las formaciones culturales poseen un carácter histórico.

❖ Son expresiones de las dimensiones estructural y subjetiva de la sociedad a la que corresponden.

❖ Los sujetos son originadores de toda formación cultural, pero al mismo tiempo las formaciones culturales son la precondition para el despliegue de las prácticas discursivas de los sujetos.

❖ Las formaciones culturales contienen discursividades de carácter colectivo anónimo y con tendencia homogeneizante, que median en la construcción de la propia discursividad práctica de los sujetos.

❖ Las propias formaciones discursivas encuentran su fundamentación en acontecimientos discursivos pretéritos o presentes que favorecen su unidad, y en espacios discursivos que posibilitan su concreción.

2.4.5 Desde Bourdieu, reconstruyendo el concepto de *formaciones culturales*.

Pensar el concepto de formaciones culturales desde la perspectiva de Bourdieu implica partir de reconocer dos dimensiones, o lo que él llama los dos estados de lo social, “(...) la historia objetivada en las cosas, en forma de instituciones, y la historia encarnada en los cuerpos en forma de disposiciones duraderas (...)” (Bourdieu, 1990: 70) Es a esas disposiciones duraderas que este autor llama *habitus*. Desde este concepto se entendería que lo colectivo se hace presente en cada sujeto a través de las estructuras mentales construidas mediante esos procesos de formación cultural. Por eso señala, además, que el cuerpo socializado (lo que se llama individuo o persona) no se opone a la sociedad, sino que es una de sus formas de existencia.

Para Bourdieu, la cultura interiorizada de los sujetos se manifiesta al nivel de sus prácticas y expresiones discursivas. El *habitus* se constituye por el conjunto de dispositivos a través de los cuales se manifiesta la cultura internalizada por los sujetos. Este *habitus* sería el configurador fundamental de las formaciones culturales. Por otro lado, existen construcciones ideológicas asociadas a los *habitus* de los sujetos que, a su vez, se objetivan en instituciones, comportamientos y representaciones. Las instituciones cumplen la función de cohesionar el comportamiento de los grupos sociales en la realidad, y configuran visiones del mundo que orientan las acciones de los sujetos (Reguillo, 1994: 93).

Señala Bourdieu que: “Hablar de *habitus* es plantear que lo individual, e incluso lo personal, lo subjetivo, es social, a saber, colectivo. El *habitus* es una subjetividad socializada” (Bourdieu, 1995: 87). El *habitus* se presenta como una estructura estructurante. A través del *habitus*, el sujeto incorpora las estructuras sociales en forma de esquemas, modelos y dispositivos que han resultado de las prácticas de generaciones anteriores. Además de que el *habitus* no debe considerarse como un destino predeterminado, sino un producto sistémico histórico y abierto a nuevas experiencias que le reconfiguran. De esta manera Bourdieu busca deslindarse tanto de las posturas empiristas como de las idealistas-intelectualistas.

Las instituciones y los *habitus* dan cuenta de su presencia a través de los discursos que los sujetos construyen sobre sí mismos y sobre los otros. Las formas simbólicas en que se materializan las formaciones culturales evidencian las visiones que sobre la cultura poseen los sujetos, se den o no cuenta de ello.

Desde la perspectiva de Bourdieu las formaciones culturales de los sujetos serían dispositivos que les sirven de referente para desenvolverse en los diferentes campos de lucha social¹⁴⁰.

Bourdieu plantea que un campo sólo puede funcionar si los agentes sociales que en él participan, están interesados y dispuestos, por los motivos que sean, a participar en el juego que representa la lucha por un lugar en dicho campo (Bourdieu, 1990: 74, 93). Es necesario reflexionar sobre la manera en que este proceso se construye y materializa en el caso de sujetos concretos, tomando en cuenta que: “Cada campo define y activa una forma específica de interés, una *illusio* específica como reconocimiento tácito de valor de las apuestas propuestas en el juego y como dominio práctico de las reglas que lo rigen. Además, este interés específico implícito en la participación en el juego se diferencia de acuerdo con la posición ocupada en el juego (dominante en relación con dominado u ortodoxo en relación con hereje), y según la trayectoria que conduce a cada participante a esta posición” (Bourdieu, 1995: 80)

Desde la perspectiva de Bourdieu, existe una estrecha relación de condicionamiento entre *habitus* y campo. Son “(...) *dos modos de existencia de la historia* (...)” (Bourdieu, 1995: 94). El

¹⁴⁰ Bourdieu se refiere a los campos como “(...) las relaciones de fuerza entre las posiciones sociales que garantizan a sus ocupantes un *quantum* suficiente de fuerza social -o capital- para que estén en condiciones de participar en las luchas por el monopolio del poder, del cual son una dimensión capital las luchas por la definición de la forma legítima del poder (...)” (1995: 171).

habitus se construye a partir de la incorporación de las necesidades del campo. El *habitus* permite construir el campo como mundo significativo, con sentido y valor. Esto significa una exigencia para el estudio y es la de encontrar las formas en que se manifiesta la función estructuradora del campos sobre el *habitus* de los sujetos de estudio y la función recursiva de éste sobre cada uno de los campos en que se desenvuelven aquellos. Es posible, así, entender el *habitus* como condicionante de las formaciones culturales de los sujetos, y el campo como uno de los escenarios de objetivación de dichos *habitus*, a través de las prácticas.

En este mismo sentido Bourdieu plantea que: “En términos más estrictos, los agentes sociales son agentes conscientes que, aunque estén sometidos a determinismos, contribuyen a producir la eficacia de aquello que los determina, en la medida que ellos determinan lo que los estructura” (Bourdieu, 1995: 120). Los sujetos sociales de estudio no deben entenderse como sujetos sociales determinados unilateralmente por los campos donde se desenvuelven, sino como sujetos interactuantes con los campos. No son sólo resultado, sino también constructores de éstos.

Desde este punto de vista, si el trabajo de un sujeto tiene como punto de partida una idea, sería fundamental reconocer en ella la manera en que se hace presente lo social internalizado, a través de modelos mentales con inminente carga ideológica que indican al productor el qué hacer, cómo hacerlo y con qué sentido realizar la producción. El conjunto de la producción es una gran tarea práctica discursiva donde el *habitus* de este sujeto se trasluce. La materialización del *habitus* en las prácticas de los sujetos tiende a reproducir las relaciones, las prácticas, las instituciones, los rituales y las representaciones desde donde este *habitus* se ha construido. Se entenderá también que es en las prácticas de los sujetos donde las formaciones culturales encuentran una doble posibilidad de expresión: objetivación y reproducción. Las formaciones culturales se anuncian con la idea inicial que orienta la producción de prácticas y se hacen presentes en el producto final generado por ellas.

En la medida que las formaciones culturales son históricas, en ningún momento aparecen como procesos cerrados y definitivos. El *habitus* que sostiene la formación cultural de un sujeto

tiende a modificarse en relación con las circunstancias, aunque este proceso tiene su propia dinámica de tensiones, desigualdades y contradicciones¹⁴¹.

Colocándonos desde la perspectiva de Bourdieu, podemos recuperar para la conceptualización de las formaciones culturales los siguientes aspectos.

- ❖ Las formaciones culturales son historia objetivada en instituciones y sujetos.
- ❖ Las formaciones culturales generan *habitus*, como subjetividad histórica socializada, disposiciones mentales, construcciones ideológicas internalizadas de los sujetos, que orientan sus actividades.
- ❖ El mismo *habitus* actúa recursivamente para reproducir a las formaciones culturales.
- ❖ Con el *habitus* la sociedad se hace presente en los sujetos sociales.
- ❖ Las formaciones culturales de los sujetos se externalizan en prácticas, instituciones, discursividad y representaciones de estos, que de esa manera dan cuenta de su *habitus* y de las propias formaciones culturales que a él dieron origen.
- ❖ Al mismo tiempo, las formaciones culturales se constituyen en capital acumulado de los sujetos para su participación en los campos de la lucha social.
- ❖ Además de que existe una articulación significativa entre formaciones culturales-*habitus* y campo.

2.4.6 Articulación analítica entre *Formaciones culturales* y *productores televisivos*.

Enseguida nuestro propósito es dar curso a algunas reflexiones sobre la manera en que estos planteamientos, todavía generales sobre las *formaciones culturales*, se pueden articular a la categoría de productores/conductores de un canal público televisivo¹⁴².

Con la finalidad de clarificar las dimensiones útiles para el reconocimiento y análisis de las *formaciones culturales* de los productores y conductores televisivos de C7 es que establecemos los siguientes presupuestos.

¹⁴¹ Bajo estos presupuestos es que, en términos de Bourdieu (1990: 230, 233), el sujeto se puede considerar como un *habitus* en relación con un puesto. Bourdieu señala que el campo cuenta con una configuración de relaciones que le son propias, las cuales determinan las formas visibles y los contenidos de las experiencias prácticas que puedan tener los sujetos en el marco de este campo.

¹⁴² Mientras que *formaciones culturales* en su sentido más general se entenderá como un concepto, *formaciones culturales* se considerará una categoría de análisis cuando se aplica a casos concretos.

a) Las formaciones culturales de los productores y conductores televisivos pueden entenderse de manera distinta, dependiendo de la perspectiva cultural desde la que se haga el análisis y la definición de cultura en la que se fundamente. Haciendo abstracción de esto, tanto a productores como conductores televisivos se les puede considerar sujetos culturales, en tanto que son resultado de un proceso de formación cultural multidimensional (que incluye niveles bio-psíquico-socio-económicos y políticos), al mismo tiempo se constituyen en sujetos generadores de cultura. Cada una de esas dimensiones cumple la función de mediación en la tarea de producción y conducción televisiva que realizan.

b) Las formaciones culturales de los productores y conductores poseen una dimensión estructural-social dada por prácticas, interacciones e instituciones, y una dimensión simbólica-intersubjetiva. Las formaciones culturales se vinculan al productor televisivo de manera objetiva. No son elemento externo a él. El productor mismo es una concreción de una formación cultural específica. De ahí que el productor aparezca como portador de lo estructural y de lo inter-subjetivo.

c) Las formaciones culturales son elementos que cumplen una función de mediación entre el productor y el contexto histórico-social y cultural donde éste se desenvuelve. Lo importante a desatacar es que esta mediación no es externa al productor, sino que actúa desde su propia persona. Y aunque las formaciones culturales son singulares para cada productor y conductor televisivo, el sentido que contienen es, en general, capital común a los diferentes sujetos que comparten la misma cultura. Las formaciones culturales, en tanto construcciones colectivas sociales se manifiestan de manera peculiar en cada productor televisivo. Es por intermediación de las formaciones culturales que la sociedad se objetiva en los sujetos sociales que producen las narrativas televisivas.

d) Las formaciones culturales de productores y conductores estarían constituidas por materialidades discursivas socialmente autónomas, respecto al sujeto, que fungen como referentes de significación socialmente adquiridos, y que incluyen hábitos, ordenamientos, costumbres, saberes, creencias, auto-percepciones, valores, modelos, dispositivos, programas de acción y formas de vida que se consideran socialmente legítimas, y que se traducen en prácticas de creación de productos televisivos significantes (programas y conducción televisiva) que favorecen la circulación de sentidos y sus apropiaciones por parte de la audiencia.

e) Las formaciones culturales resultarían de procesos de aprendizaje social que emanan, primordialmente, de las instituciones, y que influye no sólo en la subjetividad de los productores y conductores, sino en su objetividad misma como sujetos. A través de las formaciones culturales lo social de éstos se individualiza y lo individual se socializa. Las formaciones culturales se construyen y reconstruyen en procesos de carácter dinámico, contradictorio y recursivo. Parafraseando a Morín (2003:40) podemos decir que las formaciones culturales serían las que permiten conocer y aprender, pero también obstaculizar los conocimientos y los aprendizajes de los sujetos, en este caso productores y conductores televisivos, que pretendan colocarse fuera de las normativizaciones, tipificaciones e imperativos de estas formaciones culturales¹⁴³.

f) Estas formaciones culturales cumplirían la función de organizar la experiencia acumulada de productores/conductores, y de orientar su comportamiento, que al objetivarse en productos televisivos específicos, favorecen la transmisión de una normalización institucionalizada de la vida social, proveniente de la normatividad internalizada por ellos en sus experiencias previas. La objetivación de las formaciones culturales de los productores y conductores en programas televisivos coadyuvarían al proceso de reproducción de las propias formaciones culturales, de la cultura misma y de los dispositivos que les dieron origen.

g) Entonces, se puede entender que los productores/conductores televisivos son sujetos que generan desde procesos inter-subjetivos de intercambio programas televisivos como narrativas, que contienen una dimensión simbólica. Así, las formaciones culturales pueden entenderse como las expresiones de objetivación que resultan de diferentes discursividades sociales, que se manifiestan en los sujetos como dispositivos. Esto implica reconocer que las ideas, creencias y tipificaciones de un productor y un conductor televisivo no se forman desde una solo antecedente de formación cultural, sino como resultado del entrecruzamiento discursivo de diferentes formaciones culturales. Es por eso que estos sujetos pueden considerarse como operadores cuya función radica en expresar las reglas de formación discursiva del medio televisivo de los que ellos mismos serían productos y productores.

¹⁴³ De la misma forma en que la cultura en general responde a un carácter dual, permite y constriñe (posibilita aprendizajes, pero establece imperativos sobre el qué, cómo, dónde y para qué hacerlo) de la misma manera las formaciones culturales en particular permiten y constriñen, abren posibilidades de actuación y regulan normativamente esa actuación, socializan y limitan. La configuración cultural de un sujeto social-productor y conductor televisivo a partir de las formaciones culturales no es un proceso ni lineal ni homogéneo. Inmerso en la historia, este proceso es generador y portador de tensiones y luchas de poder. El proyecto cultural dominante establece las formas que considera legítimas de ser, estar, pensar, sentir, imaginar y hacer en el mundo para los sujetos.

h) Las formaciones culturales de los productores/conductores se constituyen en un capital simbólico que les permite desenvolverse de manera situada en el campo de fuerza en que se constituye el proceso de producción y difusión televisiva. De la misma manera es que ese capital simbólico se ve reconfigurado por la participación de los productores y los conductores en este campo de lucha por el poder¹⁴⁴. Estas relaciones de fuerza involucran sujetos en tanto agentes que toman cuerpo en productores, conductores, directivos y públicos, que se disputan, entre otras cosas, el *poder hacer* para *poder decir* a través de sus producciones narrativas su perspectiva sobre la realidad abordada, dentro de marcos institucionales legitimados (Canal público) o procurando, subrepticamente, favorecer condiciones para crear otra legitimidad a partir de la propia discursividad-narrativa construida¹⁴⁵.

i) No existe una única formación cultural. Una formación cultural coexiste con otras distintas. Entre las formaciones culturales se desarrollan procesos de interconexión, intercambio, superposiciones y rupturas. Su articulación se traduce en una permanente e intensa lucha por el dominio y la legitimidad. Cada productor se forma y objetiva la presencia de diferentes formaciones culturales que se entrecruzan y se disputan el predominio en la configuración final del producto. Entonces, la narrativa televisiva es en sí misma una confluencia discursiva plagada de tensiones¹⁴⁶.

¹⁴⁴ Esto es claro en el caso de los productores de C7. No sólo pertenecen al campo de los productores de la televisión pública, sino también se articulan al campo que forman los productores televisivos privados e independientes y al campo de los televidentes como consumidores. Esto plantea como necesidad comprender la triple articulación de los productores televisivos: con su campo y con otros campos afines, con los consumidores y con el propio *habitus* construido. C7, como institución, contribuye a configurar el espacio-campo en que participan los productores. Les asigna responsabilidades y ubicaciones en la estructura organizativa-jerárquica y les construye como sujetos, determinando, además, sus interacciones y contradicciones. Pero los productores no jugarían un rol pasivo, sino activo: de incorporación. De esta manera se configura el proceso de realización de lo social en las cosas a través de las instituciones, y en los sujetos a través de los procesos de incorporación de los dispositivos institucionales, que pueden proceder de las políticas u orientaciones sobre los objetivos y la manera de desarrollar el trabajo de producción, que se constituyen en otra modalidad de expresión de las formaciones culturales de los productores televisivos (Bourdieu, 1990: 93, 236)

¹⁴⁵ Lo anterior se relaciona con el hecho de que los sujetos desarrollan sus prácticas en escenarios institucionales. Las instituciones imprimen su marca a las diferentes formas de enunciación discursiva al mismo tiempo que se convierten en los referentes de construcción de su legitimidad. Un productor televisivo se desenvuelve y produce sus narrativas en el marco institucional constituido por el canal televisivo que establece sus directrices y codifica el proceso procurando la aceptación social no sólo del producto narrativo, sino de la misma institución desde la que éste se genera. Y en tanto que las reglas de discursividad son manifestaciones de subjetividad, entonces los propios discursos se pueden considerar objetivaciones de manifestaciones de subjetividad de otros discursos. Así, aunque los sujetos sociales se encuentran en el origen de toda construcción discursiva, los discursos, en tanto arquitecturas simbólicas, regulan y orientan las prácticas discursivas de estos sujetos, les trascienden. Esto permite entender que los programas televisivos son inter-discursividades que representan objetivaciones de diferentes subjetividades.

¹⁴⁶ Considerando el planteamiento de Giddens sobre la dualidad de la estructura es podemos señalar que las formaciones culturales se objetivan bajo la misma dinámica que aquella: "Crucial para la idea de estructuración es el teorema de la dualidad de estructura...La constitución de agentes y la de estructuras no son dos conjuntos de fenómenos dados independientemente, no forman un dualismo sino que representan una dualidad. Con arreglo a la noción de dualidad de estructura, las propiedades estructurales de sistemas sociales son tanto un medio como un resultado de las prácticas que ellas organizan de manera recursiva". (Giddens, 1995, p. 61)

j) Desde el proyecto de producción televisiva dominante se determina el perfil de lo que debería ser un productor/conductor televisivo legítimo. De esta situación resulta, frecuentemente, una adaptación conformista de la mayoría de ellos a la normativización establecida. La práctica de los productores/conductores televisivos no puede entenderse como algo externo ni a los condicionamientos sociales materiales ni a las condicionantes subjetivas individuales¹⁴⁷.

k) Pero los sujetos-productores/conductores no pueden pensarse exclusivamente como “víctimas” de las formaciones culturales y de los procesos de *imprinting* a ellas asociados. En la misma vida cotidiana los estos sujetos imaginan, generan y ponen en práctica formas de resistencia y transgresión al orden sociocultural establecido, cuando son capaces de idear y objetivar nuevas formas de producir narrativas, distanciándose de la normativización fijada por las formaciones culturales dominantes¹⁴⁸.

l) Por eso, analizar la dominación contenida en las narrativas televisivas implica comprender las interacciones de dominación y la constitución de simbolismos que se articulan a las formaciones culturales de los productores¹⁴⁹. Las condiciones estructurales y los procesos inter-subjetivos no mantienen relaciones de determinación o sobredeterminación, sino de articulación que permiten las tensiones, el dinamismo, el entrecruzamiento y la negociación de posiciones y de significados sociales (Reguillo, 1998). Estas tensiones se manifestarían a diferentes niveles: entre el productor/conductor televisivo y sus campos de acción (producción televisiva, campo institucional, mercado de consumo)¹⁵⁰.

¹⁴⁷ Bourdieu ejemplifica claramente el peso que adopta la dimensión objetiva-estructural en el tipo de prácticas que desarrolla un productor televisivo. Dice: “(...) en una época como la actual, de gran precariedad en el empleo y con un ejército de reserva de aspirantes a ingresar en las profesiones relacionadas con la radio y la televisión, la propensión al conformismo político es mayor. La gente se deja llevar por una forma consciente o inconsciente de autocensura, sin que haga falta efectuar llamadas al orden” (Bourdieu, 1997: 19).

¹⁴⁸ En este sentido es que Giddens plantea que: “El grueso de los ‘reservorios de saber’, según la expresión de Schutz, o de lo que prefiero denominar el saber mutuo que forma parte de encuentros, no es directamente asequible a la conciencia de los actores. La mayor parte de ese saber es de carácter práctico: es inherente a la capacidad de ‘ser con’ en las rutinas de una vida social. La línea que separa conciencia discursiva y conciencia práctica es fluctuante y permeable, tanto en la experiencia del agente individual como por referencia a comparaciones entre actores en diferentes contextos de actividad social” (Giddens, 1995, p. 42).

¹⁴⁹ Es considerando esta articulación entre la dimensión estructural y la dimensión subjetiva, que se puede entender la manera en que las narrativas televisivas objetivan relaciones de poder sustentadas en concepciones culturales como el etnocentrismo de clase (auto-legitimación), el racismo de clase (monopolio para la definición cultural del otro), el relativismo cultural (describir sin jerarquizar), la ideología populista (inversión de los valores dominantes) y la legitimidad cultural (miserabilismo, paternalismo) (Passeron, 1989).

¹⁵⁰ Incluso, desde el concepto de formaciones culturales se puede entender políticas culturales de integración que tiene sus antecedentes lejanos desde mucho tiempo atrás y que toma su forma moderna en el siglo XIX con la constitución del Estado Nacional mexicano (García Canclini, 1987: 2). De la misma manera se pueden comprender los cambios estructurales tecnológicos y en el mercado simbólico, que vienen desarrollándose y que marcan una nueva época (García Canclini, 1994). Más aún, se puede afirmar que la construcción de la cultura pasa por la vida cotidiana, que es donde se construyen y se reproducen las formaciones culturales que, desde la perspectiva bourdieana, articularía las

Llegado este punto, de una manera aproximada, y mediante un trabajo de recuperación sintética de los presupuestos planteados por los diferentes autores, podemos delinear el concepto de formaciones culturales en los siguientes términos:

Las formaciones culturales se originan y desarrollan en contextos históricos sociales y culturales más amplios. Se configuran por dimensiones estructurales y subjetivas, y se objetivan en instituciones, espacios, objetos y prácticas de los sujetos. Las formaciones culturales pueden ser consideradas como formas de discursividad presente, que expresan acontecimientos discursivos pasados. Estas formaciones cumplen la función de contribuir a la construcción de una subjetividad normativizada e internalizada a manera de capital acumulado en los sujetos, además de orientar sus prácticas y formas de representación. En el centro del cumplimiento de esta función se encuentran los sujetos sociales y las instituciones por ellos construidas. Las formaciones culturales permiten la reproducción material e ideológica del proyecto dominante en la sociedad, recursivamente este proyecto favorece la permanencia de las formaciones culturales que le originaron.

2.5 El concepto de *narrativas televisivas*.

Si partimos del presupuesto de que las narrativas televisivas son una construcción social particular, que resultan de un uso específico del lenguaje para la televisión, y de que éste es una manifestación del lenguaje en tanto sistema de signos. Esto nos remite a reconocer que el *lenguaje* se constituye en un doble punto de entrada, conceptual y metodológico, para este estudio. Conceptual como referente abstracto de categorías como *discurso*, *narrativa*, *relato* y *texto*. Metodológico en tanto que es uno de los puntos de recorrido aproximativo a las expresiones concretas de los programas televisivos de interés para la investigación.

2.5.1 El significado del lenguaje.

prácticas culturales (cultura en movimiento) y las estructuras sociales (cultura objetivada), que se articulan a través del *habitus* (cultura incorporada) bajo condiciones históricas específicas (Reguillo Cruz, 1998b).

El lenguaje es para los humanos un elemento fundamental para pensar y para expresar lo pensado; posee una variedad semántica que resulta de construcciones culturales y sociales singulares, y cumple una función indispensable en la producción y re-producción social y en la transmisión de la herencia cultural¹⁵¹. El lenguaje ha cumplido una función fundamental en la construcción del sujeto social y viceversa. Partiendo del principio hologramático, Edgar Morín establece la idea de que de la misma manera en que el sujeto se objetiva en el lenguaje, el lenguaje social, colectivo, se objetiva en el sujeto. Esta doble función del lenguaje es bien dibujada cuando señala: “El hombre se ha hecho en el lenguaje, que ha hecho al hombre. El lenguaje está en nosotros y nosotros estamos en el lenguaje. Estamos abiertos por el lenguaje, encerrados en el lenguaje, abiertos a los otros por el lenguaje (comunicación), cerrados a los otros por el lenguaje (error, engaño), abiertos a las ideas por el lenguaje, cerrados a las ideas por el lenguaje. Abiertos al mundo y apartados del mundo por nuestro lenguaje; en conformidad con nuestro destino, estamos encerrados por lo que nos abre y abiertos por lo que nos encierra. Problema humano universal con variaciones y modulaciones infinitas. (Morín, 2003: 42)¹⁵².

El lenguaje audiovisual televisivo es una expresión particular del lenguaje, éste adquirió predominancia a la par que se expandieron los usos del medio televisivo. Este tipo de lenguaje se configura a partir de tres componentes básicos: imágenes, palabras y sonidos. El color, el movimiento y la sonoridad que se producen a través del medio televisivo hacen que los signos audiovisuales aparezcan con gran dosis de realismo, una importante carga de afectividad y una amplia posibilidad para la credibilidad¹⁵³. A través del lenguaje televisivo los productores

¹⁵¹ Edgar Morín nos ofrece una definición general, abarcadora y multidimensional del lenguaje. Dice que: “El lenguaje humano es polivalente y polifuncional, expresa, constata, describe, transmite, argumenta, disimula, proclama, prescribe...está presente en todas las operaciones cognitivas, comunicativas, prácticas. Es necesario para la conservación, la transmisión, la innovación cultural. Es consustancial a la organización de toda sociedad y participa necesariamente en la vida de la noosfera¹⁵¹” (Morín, 1998:165)

¹⁵² Edgar Morín nos ofrece una definición general, abarcadora y multidimensional del lenguaje. Dice que: “El lenguaje humano es polivalente y polifuncional, expresa, constata, describe, transmite, argumenta, disimula, proclama, prescribe...está presente en todas las operaciones cognitivas, comunicativas, prácticas. Es necesario para la conservación, la transmisión, la innovación cultural. Es consustancial a la organización de toda sociedad y participa necesariamente en la vida de la noosfera¹⁵²” (Morín, 1998:165)

¹⁵³ Para Fuenzalida (2000, 115-128) el lenguaje televisivo se caracteriza por ser concreto y dinámico-temporal; con características de fugacidad; favorece la práctica narrativa; con gran riqueza informativa; con profundo potencial afectivo, gracias a la imagen y al uso de la sonoridad; y de carácter polisémico en la recepción e inserto en una polidiscursividad de géneros y al nivel programático. Por su parte Iriarte y Orsini (1995, 106) Señalan que “La imagen se parece a la realidad visual. Aunque no sabemos quienes son las personas representadas, podemos reconocer algo de nuestra realidad.

“La imagen nos permite leer casi inmediatamente lo que representa, en sus partes y en su totalidad.

“En términos generales, la imagen tiene una gran capacidad expresiva. Nos fascina a todos. Por eso nos sorprende que la imagen juegue un papel tan importante en la comunicación y en la vida cotidiana”

pueden presentar una realidad, reconocerla, caracterizarla, espacializarla, temporalizarla, modificarla, valorarla, proyectarla, y lo más importante: significarla, dotarla de sentido. A través del lenguaje televisivo no sólo se producen imágenes, también se transmiten y reproducen visiones sobre la realidad¹⁵⁴. De la misma manera, el lenguaje televisivo puede favorecer procesos de socialización en tanto que utiliza una dimensión emotiva en su construcción, que favorece ciertos comportamientos de los sujetos televidentes¹⁵⁵.

En el intercambio cotidiano generalmente los sujetos cosifican el lenguaje televisivo. Le dan valor por sí mismo, y diluyen los procesos sociales y culturales que son propios de su construcción y funcionamiento. En estas condiciones es que se cree que “(...)lo específico del lenguaje televisivo es ‘lo directo’ y que ‘lo directo’ encierra todos los requisitos de la verosimilitud” (Iriarte y Orsini, 1995: 126)¹⁵⁶. Así opera una tendencia a la naturalización de lo que se proyecta en la pantalla.

Entonces podemos decir que: *El lenguaje televisivo es una manifestación particular del lenguaje humano. Se construye y se reconfigura históricamente a partir del surgimiento y desarrollo de la televisión. Los sujetos productores cumplen una función fundamental en la construcción del lenguaje televisivo. Este lenguaje tiene en las imágenes, las palabras habladas y escritas y los sonidos sus componentes fundamentales. En el lenguaje televisivo se utilizan diferentes recursos, géneros, formatos, construcciones, sintaxis y estrategias que posibilitan que representaciones de la realidad sean percibidas por el televidente como la realidad misma. Además de que en la actualidad cumple una función esencial de construcción y reproducción de la realidad social y cultural.*

2.5.2 El concepto de discurso.

¹⁵⁴ La sociedad y la cultura misma se producen a través del lenguaje de la televisión. La relación hologramática entre sujeto, lenguaje televisivo y sociedad es más o menos clara: el sujeto-productor construye lenguajes televisivos, que prefiguran una sociedad de la imagen, la cual construye al sujeto, interesado en las imágenes, que construye a la sociedad y a la cultura.

¹⁵⁵ Y es que “...la imagen conecta con estas fuerzas motrices que son las emociones, los deseos y temores, las pasiones, y ofrece, explícita o implícitamente, una salida a la tensión que generan, una propuesta de solución del conflicto...cada vez que la imagen conecta un sentimiento con una realidad, está confiriendo sentido a esa realidad” (Ferrés, 1996: 48-49)

¹⁵⁶ En este sentido es que Bourdieu alerta sobre las mistificaciones que puede traer el hecho de que las palabras que sirven para nominar ciertas realidades, en determinado momento los sujetos las convierten en sujetos gramaticales capaces de desarrollar acciones (Bourdieu, 1990: 72).

La narrativa es una modalidad particular del discurso. Por tal motivo comprender lo que significa el discurso es fundamental para comprender el sentido de la narrativa televisiva. Sin embargo, definir qué es el discurso no es una tarea sencilla. Van Dijk lo reconoce: “(...) la noción de discurso es esencialmente difusa” (Van Dijk, 2000: 21), y le asiste la razón¹⁵⁷. Se puede considerar a los discursos como realidades materiales *sui generis*. En otro sentido, son formas institucionalizadas reguladas, vinculados a la acción. Son expresiones de la práctica social. Interesan por la manera en que contribuyen al ejercicio del poder y sus efectos. Desde la perspectiva del análisis crítico del discurso, éste se origina a partir del fluir de conocimientos socialmente acumulados a lo largo de la historia. Este fluir determina los hechos individuales o colectivos y la acción formativa que moldea la sociedad para ejercer el poder. La realidad es el referente por antonomasia de todo discurso. La realidad no se refleja en los discursos. Estos poseen una autonomía relativa, que determina su relación con la realidad. Los discursos no informan, son realidades materiales con plena validez, que determinan la realidad, a través de sujetos que intervienen socialmente como productores o agentes de los discursos. El discurso no es una visión distorsionada de la realidad; representa una realidad propia relacionada con el mundo real, posee una realidad material propia¹⁵⁸.

Sobre la importancia de posicionarse analíticamente ante los discursos Martín-Barbero señala: “No se trata de reducir la historia del discurso sino de leer el discurso como acontecimiento, de aproximarnos al acontecimiento que es el discurso mismo. Porque sólo

¹⁵⁷ Desde una perspectiva saussureana, discurso puede entenderse como sinónimo de *habla*. También puede considerarse un *enunciado*, como mensaje. Más estructuralmente puede asociarse con el conjunto de *reglas* que encadenan la secuencia de oraciones que componen un enunciado. Para la escuela francesa del análisis del discurso, éste debe considerarse como enunciado condicionado por los *contextos* de su producción (mecanismos discursivos). En cambio para Benveniste, el discurso es un proceso de enunciación donde el hablante tiene la intención de *influir* en el oyente. En este mismo sentido, se puede señalar que la *historia* y el discurso son dos formas de enunciación discursiva con características diferentes. En cada una de ellas el papel del enunciatario es distinto: en la forma de *historia* los hechos los presenta sin incluirse en los hechos; en la forma discurso, el enunciatario busca influir con lo que cuenta al escucha. (Ramos, 2001: 49-50). Finalmente, el discurso puede entenderse como el lugar donde ocurre una *transformación creativa* de la lengua (Maingueneau, 1976: 15-16). Desde una perspectiva más estructural, y de carácter inmanente, Greimas (1979:126-130) plantea lo que entiende por discurso. Para él es, en primer lugar, una realidad asociada con un proceso semiótico que se traduce en prácticas discursivas lingüísticas, como las enunciaciones y los textos, y no lingüísticas como ritos, filmes, etc. Las prácticas enunciativas requieren de competencias semio-narrativas (apropiación de la lengua) y de competencias discursivas en sentido estricto (momento de la enunciación). Las primeras preceden a las segundas. La enunciación es la discursivización de la lengua. Discursivizar consiste en hacerse cargo de las estructuras semio-narrativas para transformarlas en estructuras discursivas. Para Paredes (1993: 27-28) el discurso: “Es la trama (esa peculiar organización del texto) referida a su campo lingüístico...es la estructuración y organización lingüística del relato; una realización particular de las propiedades de la lengua (de ciertas propiedades y en cierto modo) para generar el texto. Es pues la enunciación del texto”. También el término *discurso* en sentido abstracto se utiliza para referirse al fenómeno en un sentido social general. Pero se debe reconocer que un discurso concreto, expresado en forma de texto o conversación, puede estar constituido por varios discursos distintos.

¹⁵⁸ Por su origen el discurso también puede entenderse como el conjunto de fenómenos de la producción societal de significado sobre el que, como tal, se basa una sociedad. En esta dimensión macro se destaca la producción discursiva que como tal se genera desde la sociedad. Bajo esta perspectiva la sociedad es una totalidad que produce discursos. Haciendo una lectura recursiva de este hecho encontraremos que no hay discursividad sin sociedad, y no existe sociedad que no sea productora de discursos. Aún más, tanto la historia como la sociedad pueden considerarse textos discursivos en construcción permanente.

desde ahí es posible plantear, con mínimo de rigor, histórico, el proceso de dominación que viene del monopolio de la palabra (...)" (Martín-Barbero, 1978: 50)

Si el discurso es una construcción y no un dato empírico dado, es importante reconocer esos procesos que permiten al discurso constituirse, estructurarse y desplegar sus funciones. Para Van Dijk, por su estructura, el discurso se encuentra asociado a tres dimensiones fundamentales: "a) el *uso del lenguaje*; b) la *comunicación de creencias* (cognición) y c) la *interacción* en situaciones de índole social" (Van Dijk, 2000: 23). También reconoce dos modalidades distintas de discurso: la conversación (discurso hablado) y el texto (discurso escrito) (Van Dijk, 2000: 29)¹⁵⁹.

Por otro lado, atendiendo a su forma aparente, el discurso es resultado de una práctica individual, aunque realmente el discurso resulta de una acción supra-individual, de la acción histórica y colectiva de muchos sujetos. Los discursos pueden manifestarse a través de una gran cantidad de modalidades (discursos políticos, comerciales, publicitarios, sociales, educativos, de entretenimiento, etc.) que, en la medida que son dinámicos, se entretajan. Entonces, tanto la práctica de los individuos como los discursos que desde ahí construyen pueden considerarse intertextualidad social e históricamente construida¹⁶⁰.

Por su función, el discurso es una unidad que se regula, y que es creadora de conciencia, en la medida que genera las condiciones para la formación de sujetos y para la estructuración y configuración de las sociedades. En el nivel de sus usos prácticos-políticos, el discurso es utilizado como recurso técnico por los sujetos y las instituciones en busca de legitimar y garantizar el poder prevaleciente en la sociedad. Por estas razones al discurso se le considerará un concepto de enunciación que se consolida institucionalmente en la medida en que determina y reafirma la acción y, de este modo, sirva para ejercer el poder.

2.5.2.1 Dimensión Ideológica del discurso.

¹⁵⁹ Sin embargo a esta clasificación podemos agregar otras formas de discurso: el visual, el sonoro, el audiovisual y el multimedial, porque no hay que olvidar que "...la actividad no verbal juega un papel importante en la interpretación del sentido y de las funciones del discurso en la interacción cara a cara..." (Van Dijk, 2000: 29)

¹⁶⁰ En el mismo sentido que los entiende Martín-Barbero: "La intertextualidad...antes de ser un concepto para el análisis es un hecho social, el hecho de cualquier texto sea atrapado por punta y punta, escritura y lectura, es una malla de relaciones y condiciones que lo tejen y cargan más allá de las buenas intenciones del que escribe y del que lee" (Martín-Barbero, 1978: 33)

Verón dice que: “La ideología es el modo natural de existencia de la dimensión significativa de los sistemas de relaciones sociales”¹⁶¹. En tanto que Mattelart indica que la ideología “se trata de un estado que los individuos viven como una naturaleza social y que se impone a ellos por un modo de producción que impregna todas las relaciones sociales”¹⁶². Siguiendo a Eliseo Verón, Martín-Barbero plantea que lo ideológico se expresa en el terreno de los procesos y sistemas de codificación. Lo ideológico responde a procesos no conscientes y no voluntarios¹⁶³.

Apoyándose en la perspectiva marxista Thompson (1993: 66-74) problematiza la cuestión de la ideología desarrollando varios presupuestos: a) La ideología se fundamenta en formas simbólicas, éstas se encuentran en intersección con las relaciones de poder; b) La ideología se expresa como fenómenos simbólicos significativos, que circulan en el mundo social, y que en condiciones sociohistóricas determinadas sirven para perpetuar el poder; c) La ideología moviliza significados que refuerzan las posiciones de poder que socialmente ocupan determinados sujetos; d) Y la ideología significa un manejo de significados que son útiles para configurar y mantener las relaciones de poder.

Por otro lado, Thompson reconoce cinco dispositivos fundamentales a través de los cuales opera la ideología en el terreno social: la legitimación, la simulación, la unificación, la fragmentación y la cosificación.

La ideología opera a través de la *legitimación* en tanto que los grupos dominantes buscan presentar las relaciones de dominación como justas, necesarias, y dignas de apoyo. Para lograr este objetivo pueden hacer uso de procesos de racionalización a partir de los cuales desarrollan argumentaciones con finalidades persuasivas. También recurren a la *universalización*. A través de este mecanismo el grupo dominante hace aparecer su proyecto como el representativo de los intereses del conjunto de la sociedad, y como la única opción a asumir para conseguir el éxito social. O bien, a través de la *narrativización* de las experiencias sociales que por medio de

¹⁶¹ Martín-Barbero cita a Eliseo Verón: Conducta, estructura y comunicación, p. 270, Ed. Jorge Alcaez, Buenos Aires, 1968.

¹⁶² Martín-Barbero cita a A. Mattelart: La comunicación masiva en el proceso de liberación, p. 12, Ed. Siglo XXI, Buenos Aires, 1973.

¹⁶³ A decir de Thompson (1993) el término ideología se origina en Francia a fines del siglo XVIII, junto con el movimiento de ilustración, con una connotación asociada al análisis sistemático de las ideas¹⁶³. De estar asociado inicialmente a la ciencia de las ideas, el término ideología se comenzó a referir también a un cuerpo de ideas erróneas, separadas de la realidad de la vida política práctica. Posteriormente, en Marx el término de ideología se usa asociado a varias significaciones: ideología como doctrina y actividad teórica que otorgan a las ideas una autonomía respecto a la realidad sociohistórica; ideología como práctica histórica de algunos sujetos que desarrollan trabajo intelectual, como resultado de la división social del trabajo; y la ideología como las ideas dominantes de la clase dominante de una época histórica dada, que proyecta de manera ilusoria las relaciones de clase. Esto lleva a Thompson a re-construir desde el marxismo una definición de ideología bajo los siguientes términos: “*la ideología es un sistema de representaciones que sirve para mantener las relaciones existentes de dominación de clase al orientar a los individuos hacia el pasado más que hacia el futuro, o hacia imágenes ideales que ocultan las relaciones de clase y se apartan de la búsqueda colectiva del cambio social*” (Thompson, 1993: 45).

diferentes discursos construye y transmite representaciones simbólicas que permiten producir y reproducir relaciones de poder.

La simulación es otro dispositivo a través del cual opera la ideología. La simulación consiste en el uso de diferentes formas de ocultamiento del carácter dominante de las relaciones sociales, a partir de las cuales los grupos hegemónicos mantienen los privilegios que les otorga el poder. El ocultamiento se operacionaliza a través de recursos como la sustitución. Con ella se adjudican ciertas connotaciones a una realidad social, que comúnmente son utilizadas para referirse a otra realidad diferente. Otro recurso para el ocultamiento es la eufemización de las relaciones sociales, con lo que se busca describir de manera positiva a las relaciones o las instituciones sociales dominantes. También se hace uso del recurso del tropo en tanto formas simbólicas del lenguaje figurado (metáfora, sinécdoque, metonimia)

La ideología también opera a través del dispositivo de la *unificación*. A través de ella, el grupo dominante construye referentes simbólicos de identidad colectiva para el conjunto de integrantes de la sociedad, haciendo abstracción de sus diferencias, homogeneizando. Uno de los mecanismos que se utiliza para unificar la identidad es la estandarización de códigos que se debe compartir para desarrollar el intercambio simbólico en la sociedad (idioma único, religión única, etc.) Otro recurso es el de la simbolización de la unidad. Esto se implementa mediante la construcción de formas simbólicas nacionales compartidas para una sociedad (bandera, himno, monumentos, fechas históricas).

La ideología funciona también a través de la *fragmentación*. A través de ésta, el grupo hegemónico se propone aislar a los sujetos y grupos que pudieran representar un riesgo para el mantenimiento y reproducción de sus privilegios que nacen de su dominación. Para lograr este fin, hacen uso de la estrategia de la diferenciación simbólica. Ponen énfasis en lo que lo distingue del sujeto o grupo de riesgo, o acentuando lo que, a su entender, caracteriza negativamente a dicho grupo. Otro recurso asociado a la diferenciación simbólica es el de la expurgación del otro. Con esto se presenta al diferente como peligroso, amenazador, y necesariamente rechazable (colocado fuera de lo socialmente aceptable para el grupo dominante).

Finalmente, la ideología opera a través de la *cosificación*. Lo que significa proyectar la realidad de las instituciones, prácticas, relaciones y formas de dominación como si fueran naturales, ahistóricas, inamovibles. Para lograr esta finalidad los grupos en el poder utilizan

recursos como la naturalización o esencialización biológica, social, cultural, política o psicológica de la realidad. Ligado a lo anterior, también utilizan la eternalización, con los que los fenómenos de la sociedad se presentan como permanentes, no modificables. En el lenguaje, la eternalización se puede expresar a través de la nominalización y pasivización. La nominalización significa dar en la enunciación carácter de sujeto activo a realidades que no pueden ser sujeto de acción, con lo que se antropomorfiza la actuación de objetos, situaciones, hechos, etc. dejando ausentes a los sujetos. La pasivización implica colocar al sujeto como quien recibe la acción y no como el que la realiza. Con estos recursos los grupos dominantes buscan destacar en sus discursos ciertos aspectos y actores y ocultar o dejar en segundo plano a otros.

2.5.2.2 Develando la dimensión ideológica del discurso.

La ideología se encuentra presente en cualquier tipo de discurso, sin importar su forma o su carácter. La tarea radica entender la relación entre lo que se habla a través del discurso y lo que en él se dice; el habla referida a la presencia de las relaciones sociales desde y a través de las que se habla¹⁶⁴. Las formaciones culturales de los sujetos se constituyen en la armadura estructural desde la cual se construyen sus manifestaciones ideológicas.

Esa tarea de develar lo oculto en el discurso sólo puede enfrentarse si se reconoce, en primer lugar, la necesidad de contextualizar tanto el discurso como la propia tarea de análisis. ¿Pero cuáles son los retos que enfrenta el realizar este tipo de análisis? ¿Cuál debiera de ser el objetivo fundamental de un análisis históricamente enmarcado? Martín-Barbero sugiere algunas pistas. Señala: “Si el modo de producción en cuanto sistema de relaciones sociales es lo que determina la forma de operar lo ideológico, lo que el análisis persigue entonces es su principio organizativo, su organización estructural. Y ese principio organizador o estructura es precisamente lo que no aparece, lo que no es manifiesto, lo que no es accesible ni a la conciencia de los individuos, ni a las técnicas de análisis de contenido. Esa estructura se ubica a otro nivel ‘latente’, ‘segundo’, ‘connotativo’. A ese nivel cualquier mensaje, cualquier discurso, cualquier texto está trabajado por lo ideológico y es susceptible por tanto de una

¹⁶⁴ En este sentido Martín Barbero apunta que: “Oponer lo que habla en el discurso contra lo que dice es descubrir lo que censura y niega, lo que impide nombrar pero contra lo que no tiene más remedio que actuar...Por más que el discurso tiende a ocultar la opresión, lo que en el habla, los códigos desde los que habla acaban traicionándolo” (1978: 48)

lectura ideológica (...) lo que se buscará ya no serán las ‘categorías’ clasificatorias de palabras y las cantidades representativas sino las reglas semánticas que rigen la organización latente de los mensajes, o mejor las reglas semánticas a partir de las cuales se generan las proposiciones, los mensajes” (Martín-Barbero, 1978: 31) La comprensión discursiva de un mensaje requiere la ubicación más allá del texto. Se trata de entender las estructuras de significación descubiertas con los contextos históricos en los que se desenvuelve el discurso. Este permitirá clarificar una ruta que se proponga “(...) investigar la red semántica, la estructura signifiante en el plano ideológico es investigar el principio de organización a partir del cual una clase construye su discurso y a través del cual se convierte en proyecto común su proyecto particular, enmascarando su dominación al desvincular ese proyecto de las relaciones sociales de producción que los sustentan” (Martín-Barbero, 1978: 32) En última instancia el reto investigativo consiste en develar las formas en que se objetivan las relaciones de dominación a través de discursos concretos, de los que el discurso televisivo es una de sus manifestaciones¹⁶⁵.

Entonces, analizar un discurso no es tratar significados *post festum*, sino de descubrir la producción de la realidad que se realiza a través de él mismo. El discurso no se produce, sino que *se va produciendo*. Los discursos ejercen el poder en la medida que son un factor de poder. En la medida que inducen comportamientos y generan otros discursos, contribuyendo así a la estructuración de relaciones de poder. Los discursos ejercen el poder porque transportan un saber con el que se nutre la conciencia colectiva e individual. Este conocimiento emergente es la base de la acción individual y colectiva, así como el fundamento de la acción formativa que modela la realidad.

Ahora se puede reconocer que los discursos televisivos poseen una dimensión material que resulta de la puesta en práctica de lenguajes por parte de los sujetos productores en interacciones concretas, antes durante y después de la realización y emisión de un programa de televisión. De condiciones sociales y culturales específicas donde se desenvuelven los sujetos-productores/conductores resultan codificaciones (normativizaciones socioculturales), que regulan las formas de construcción, las funciones, las finalidades propuestas y los usos de las

¹⁶⁵ El análisis exclusivamente lingüístico del discurso busca la significación desde una postura de descontextualización histórica; de reducción del intercambio comunicativo a la simple transmisión de información; de exclusión de la presencia objetivada del sujeto en el proceso comunicativo. Le hace falta la dimensión de producción y reproducción a los niveles de relaciones, de condiciones y del conjunto de elementos que participan en la práctica de comunicación (Martín-Barbero, 1978: 41)

narrativas televisivas, consideradas expresiones del discurso. En estas circunstancias los productores de narrativas televisivas serán siempre sujetos históricamente determinados y socialmente situados en campos de poder. Desde esos espacios, y desde temporalidad y relaciones específicas producen narrativas televisivas, como expresiones discursivas particulares de su subjetividad. De esta manera, las narrativas son discursividades que dan cuenta de las formaciones culturales de los productores, de su subjetividad y de las estrategias discursivas que utilizan para enfrentar las tensiones propias del campo en el que desenvuelven sus prácticas de construcción.

Llegado a este punto, en una primera aproximación podemos definir el discurso televisivo bajo los siguientes términos: *El discurso televisivo es la manifestación práctico-material de un proceso de significación lingüístico y no lingüístico de carácter social, condicionado por contextos históricos-discursivos previos. El discurso televisivo se concreta en manifestaciones de habla y de enunciación, que se construyen a partir del uso de reglas que codifican la secuencia de la construcción discursiva de un texto televisivo. Éste puede configurarse con discursos particulares que dan origen al texto discursivo televisivo general. El propósito de una expresión discursiva de la televisión es el de influir en las representaciones y acciones de sus destinatarios-televidentes. En este sentido, el discurso televisivo se constituye en una manifestación de poder de los sujetos-productores-conductores, socialmente instalados en campos de interacción específicos, desde donde hacen sus enunciaciones. La construcción y expresión discursiva textual en televisión, exige competencias semio-narrativas de parte de los sujetos-productores-conductores que producen y circulan estos discursos televisivos.*

2.5.3 El concepto de narrativas.

Los hechos tienen una significación que se construye social y culturalmente. La narrativa es un recurso de expresión, pero también de construcción, de significación. Un mundo sin narraciones no es posible¹⁶⁶. Estas forman parte inseparable de este mundo social y cultural, en la medida que los sujetos que lo viven y lo configuran lo leen, lo interpretan y lo cuentan a los

¹⁶⁶ Dice Ochs: "Un universo así es inimaginable, pues significaría un mundo sin historia, sin mitos, sin dramas y vidas sin reminiscencias, sin revelaciones y sin revisiones interpretativas" (Ochs, 2000: 271).

otros. Sin olvidar lo primero que aprendemos a leer y a contar es el propio mundo. No se puede vivir sin contar, y al contar nos contamos a los otros, y éstos nos cuentan y se cuentan en ese mismo proceso¹⁶⁷.

En este momento del estudio, el problema radica en descifrar ¿desde dónde, cómo, cuándo, a través de qué medios y con qué propósitos leemos y nos contamos la realidad? Responder a estas preguntas nos exige hacer uso de una mirada históricamente comprensiva. En condiciones de predominancia de la televisión, es necesario recapitular sobre el papel que este medio viene desempeñando en la tarea de aproximación, registro, configuración y proyección de realidades como formas de leer y contar el mundo a través de los recursos que utiliza. Atender las narrativas televisivas no quiere decir que estas sean las únicas manera que existe de contar el mundo, sino que la consideramos una de las de mayor peso social en la actualidad. Esto nos remite a la necesidad de precisar lo que estamos entendiendo por narrativas televisivas.

2.5.3.1 El referente estructural y subjetivo de las narraciones.

En el origen de toda narración se encuentran sujetos sociales que acometen procesos de construcción de su sociedad y su cultura¹⁶⁸. Los elementos estructurales y subjetivos propios de cada sociedad permean la estructura y el contenido de las narrativas. De ahí que se pueda afirmar que “(...) las narraciones tienen sus raíces en sistemas culturales de conocimiento, creencias, valores, ideologías, modos de acción, emociones, y otras dimensiones de orden social(...)En cada uno de estos contextos la narrativa adquiere una significación respecto de alguna propiedad de la cultura local (...)” (Ochs, 2000: 276). La complejidad entre situaciones experienciales vividas y la comprensión subjetiva de las mismas como procesos de externalización e internalización son de tal magnitud que es necesario detenerse a reflexionar sobre ello¹⁶⁹.

¹⁶⁷ Es interesante, a este respecto, recordar las palabras de Paulo Freire (1994: 92) cuando decía: “La lectura del mundo precede a la lectura de la palabra, de ahí que la posterior lectura de ésta no pueda prescindir de la continuidad de la lectura de aquél”

¹⁶⁸ El significado de la narrativa puede asociarse al proceso de construcción de conocimiento. En este plano cognitivo, se reconocen a la paradigmática y a la narrativa como formas de pensamiento. Cada una de ellas posee características propias, y ambas cumplen la función de orientar la práctica de los sujetos. “La paradigmática busca verdades universales y conexiones generales entre dos fenómenos; la narrativa busca verdades contingentes y conexiones particulares entre dos sucesos particulares” (Ramos, 2001: 22). Particularmente: “La narración es una forma, narrativa, de pensar, que hace pensar acerca de qué hacer para que las cosas no acaben como parece van a acabar” (Ramos, 2001: 23)

¹⁶⁹ Como lo señala Burner (1986:6): “La relación entre la experiencia y sus expresiones es siempre problemática...La relación es claramente dialógica y dialéctica, pues la experiencia estructura a las expresiones y comprendemos a otras personas sobre la base de nuestra propia

2.5.3.2 La historicidad de las narrativas.

La importancia epistemológica y metodológica de reconocer la historicidad de los procesos sociales lo plantea Lukács (Lukács, 1969: 10) cuando establece que: “El conocimiento de los hechos no es posible como conocimiento de la *realidad* más que en ese contexto que articula los hechos individuales de la vida social en una *totalidad* como momentos del desarrollo social”. De la misma manera que Marx decía que un negro es sólo un negro y que sólo bajo determinados contextos históricos se convierte en un esclavo. Aludiendo a este criterio de contextualización histórica podemos proponer que una narrativa televisiva es una narrativa televisiva, pero que sólo bajo circunstancias específicas se convierte en un medio de producción y reproducción del dominio social, cultural y político.

2.5.3.3 La multidimensionalidad de las narrativas.

Una característica propia de las narrativas es su discursividad multidimensional. Se puede reconocer en un relato una dimensión estructural, asociado a elementos constituyentes que otorgan forma a la discursividad. Elementos estructurales de una narrativa televisiva son, por ejemplo, las tomas. Otra dimensión sería la sintáctica, que se refiere a la relación y disposición de los elementos dentro de la estructura discursiva pensada como una totalidad. En las narrativas televisivas en este nivel se ubicarían las secuencias y la estructuración general del programa. La sintaxis narrativa puede considerarse bajo criterios de inmanencia (sólo interna a la narrativa) o puede contemplarse bajo criterios de trascendencia (una sintaxis con relación a otras narrativas externas a la narrativa de referencia)¹⁷⁰.

experiencia y autocomprensión. Pero las expresiones también estructuran la experiencia, puesto que las narrativas dominantes en una época histórica, sus rituales y festividades importantes, y sus obras de arte clásicas, definen e iluminan la experiencia interior”.

¹⁷⁰ Por ejemplo, el acomodo y la secuencia de diferentes programas que componen una barra programática. También se reconocería una dimensión semántica, que da cuenta de los significados que resultan de la configuración estructural y sintáctica del discurso de que se trate. Que son las significaciones que resultan a partir de la estructura, temática y tratamiento que se le da a un programa. Es esta articulación entre dimensiones la que debe destacarse dado que: “Lo que deja prever en el relato está dado por la estructura, por la forma que transmite la historia. Así pues, es necesario el orden que permite la distribución de los elementos en juego. El autor entrega información a lo largo del discurso y busca una forma, una organización” (Zermeño Flores, 1997: 113)

2.5.3.4 La estructura de las narraciones.

Por su estructura la narración se constituye gramaticalmente con enunciaciones que toman la forma de frases y oraciones ya sean verbales o audiovisuales. De esta manera, su comprensión sólo puede resultar de una lectura encadenada, de donde emana una semántica colectivamente construida a partir de esas unidades básicas. Los elementos de una narrativa se encuentran interrelacionados. Por eso se puede decir que la narración es un texto¹⁷¹ transoracional. Las modificaciones sintácticas que se hagan en la estructura narrativa modifican el conjunto de la significación que resulte de cualquier nuevo acomodo.

Bajo criterios de inmanencia, y considerando su dimensión estructural, se puede decir que las narrativas se configuran a partir de una articulación que se opera entre las dos estructuras que las componen: la de superficie y la profunda¹⁷². En palabras de Greimas (1982: 319-320): “En semiótica, las estructuras profundas se oponen, habitualmente, a las estructuras de superficie (o superficiales): mientras que estas dependen, por así decirlo, del dominio de lo observable, las otras son consideradas como subyacentes al enunciado”. Además, precisa que “(...)ambos tipos de estructuras son construcciones metalingüísticas (‘profundo’ y ‘superficie’ son dos metáforas espaciales, relativas al eje de la verticalidad): sirven para designar, una, la posición de partida, y la otra, el punto de llegada de una cadena de transformaciones que se presenta como un proceso de generación, como un recorrido generativo de conjunto, dentro del que cabe distinguir tantas etapas e hitos como sea necesario para la claridad de la explicación”. Es por eso que a decir de Reguillo (2000:54): “Las distintas estrategias desplegadas por los actores son aprehensibles en el plano de la expresión discursiva, proceso que denominaremos *narrativas*, para hacer referencia a la concreción empírica del discurso. La narrativa es el ‘relato’ mediante el cual los actores articulan instituciones, valores, creencias, objetos, en un tiempo y en un espacio, a través de códigos y de soportes materiales”

Continuando la reflexión desde criterios estructurales, es importante señalar la comprensión que se puede obtener sobre el significado de la narración atendiendo la configuración y la

¹⁷¹ Cortés y Camacho, parafraseando a Maingueneau establecen una diferenciación entre enunciado y texto señalando: “...el enunciado se articula a partir de una situación de enunciación determinada; en cambio, cuando hablamos de texto, se hace hincapié en aquello que hace posible su unidad, su consideración como una totalidad y no una simple sucesión de oraciones” (Cortés y Camacho, 2003: 28).

¹⁷² La estructura de superficie corresponde al plano de la expresión, es el elemento perceptible, fáctico, de la narrativa; es donde se encuentran las manifestaciones sintagmáticas. En tanto que la estructura profunda es el plano del contenido. Ésta se refiere a la cadena de significados (semántica), que se genera a partir de la información proporcionada por la estructura de superficie

dinámica expresada en su sintaxis. Es en este nivel es que encuentra lugar la definición de narración que la caracteriza como “(...) un conjunto de acontecimientos colocados en secuencia. Pero no es una mera yuxtaposición de anécdotas, una simple sucesión episódica; los acontecimientos se predicen unos a otros de tal forma que la secuenciación acaba delineando un proceso de cambio. En una narración acabada hay un proceso de cambio, más o menos radical (y más o menos deseable) desde cómo empieza hasta cómo acaba, de la situación inicial a la situación final” (Ramos, 2001: 65)

La disposición de las enunciaciones (sintaxis) contenidas en la narrativa es la manera en que toman cuerpo las diferentes fases que le constituyen: una presentación, un conflicto, una tensión y un desenlace. Cada uno de estos momentos se estructura con recursos particulares buscando alcanzar el propósito de información, motivación y atención que se pretende generar en los destinatarios de la narrativa¹⁷³.

2.5.3.5 La actorialización de los sujetos en las narraciones.

En la narrativa se utilizan sujetos actorializados que se desenvuelven en cada una de las fases. Cumplen la función de ser representaciones caracterizadas, de acuerdo a los roles que se les asignen en las narrativas. Quien relata utiliza recursos de atribución de rasgos, características, lugares, funciones y relaciones de dichos sujetos-actores. La construcción de esta tipificación es anterior al propio proceso de enunciación. La utilización de estas abstracciones codificadas permiten al hablante, en este caso el productor, el conductor televisivo o el entrevistador, fundamentar en ellas los procesos argumentativos que legitimen su posición¹⁷⁴.

2.5.3.6 La lógica trascendente de las narrativas.

¹⁷³ Orientados bajo este mismo objetivo, en ocasiones las narrativas son acompañadas por prefacios narrativos, que debe entenderse como una introducción que adentra al destinatario en el relato. El constructor del prefacio puede ser el mismo narrador o una persona diferente. En las narrativas televisivas este “prefacio” puede estar constituido por una cápsula o cortinilla de entrada, por un comentario introductorio del conductor o por la propia identificación del programa televisivo de que se trate.

¹⁷⁴ Bajo los presupuestos semióticos de Greimas los actores serían la manifestación en el plano de la expresión de los actantes que participan en un programa narrativo: actante-sujeto, actante-objeto, actante-destinatario, actante-destinador, actante-de apoyo, actante-de oposición (Greimas, 1982: 23-25). Estos actores son abordados en la narración considerando dos niveles de conducta: sus contextos de actuación y acciones desarrolladas, y sus estados mentales.

Pero las dimensiones de una narrativa no se pueden reducir a la lógica estructural inmanente. Desde una postura analítica el criterio de trascendencia permite vincular analíticamente al relato con los contextos socioculturales en los que se produce, circula y re-significa. La narrativa televisiva nace de un referente social y cultural (Guiraud, 1995) que es convertido en un acontecimiento a partir de la forma y el sentido construido en su discursividad¹⁷⁵.

Entonces, la propia narración puede definirse atendiendo su relación con lo social. Por su función social, la narración es una práctica de carácter público en varios sentidos: “La narración es un acto público, bien porque se hace en público, bien porque se hace pensando en el público. En último extremo mi público inicial puedo ser yo mismo, pero siempre hay una disociación con diversos grados de sincretismo. De yo-autor, yo-narrador, yo-personaje (...)” (Ramos, 2001: 22). Generalmente la narración es un relato para otros, donde se objetiva lo social interiorizado como un acto público. Se cuenta a la sociedad lo que socialmente de ella se ha recuperado como experiencia sedimentada. En este sentido, “(...) la narración es un hacer público, un sentir público y un pensar público(...)se realiza a través de una forma de comunicación: el relato” (Ramos, 2001: 23). Como acto social y público, las narraciones no son prácticas de soliloquio, se construyen mediante la intervención tanto del que dice (destinador) como del que recibe (destinatario). De esta manera las narraciones resultan intertextualidades que incorporan decires y significaciones del *Yo* y de los *Otros*.

Se podrá entender, entonces, que la estructura, la sintaxis y la semántica de la narrativa no son dimensiones que se puedan entender en sí mismos. Su origen es social. Esto posibilita entender que las narrativas son una forma de objetivación de elementos subjetivos asociados a procesos de construcción social de la realidad (Berger y Luckmman: 2003), y es sólo desde esta postura que es posible de-velar de un relato sus dimensiones sociales, culturales, políticas e ideológicas. Esto se puede hacer en la medida que, como hemos dicho, la narrativa cuenta con una estructura, esto es una codificación que le otorga una determinada configuración y, por tanto, un sentido construido asociado a esa articulación.

Identificar estos niveles facilita la tarea metodológica que posibilita la comprensión de una narrativa televisiva, siempre y cuando se le ubique en el análisis en sus contextos sociales y

¹⁷⁵ De ahí que se pueda decir junto con Palomar (2001:56) que: “El acontecimiento no pertenece al orden de los cuerpos: y sin embargo, no es inmaterial: es en el nivel de la materialidad como cobra siempre efecto y, como ese efecto tiene su sitio, y consiste en la relación, la coexistencia, la dispersión, la intersección, la acumulación, la selección de los elementos materiales. No es el acto ni la propiedad de un cuerpo; se produce como efecto de y una dispersión material” (Palomar, 2001: 56)

culturales específicos, y se identifique en su configuración los elementos de la realidad presentes en ella. No interesa analíticamente una narrativa televisiva en sí misma, por hecho de serlo, sino por la forma en que en sus dimensiones se encuentran materializadas las subjetividades que tienen su origen en formas concretas de vivir, experimentar, pensar e imaginar la realidad social de la que surgen.

Existen formas narrativas, que se asocian a distintas maneras de representar lo narrado. Es de esta manera que se puede hablar de narrativas visuales, orales, escritas, musicales, etcétera. Estas formas narrativas pueden presentarse de manera aislada o bien aparecer interpenetradas. Es, en este sentido que se concretan formas de intertextualidad¹⁷⁶.

Las narrativas cumplen la función de mostrar para ocultar y ocultar para mostrar. Si mostraran para mostrar y ocultarían para ocultar, como procesos nítidos de exposición, pondrían en riesgo no sólo su validez discursiva, sino las mismas posibilidades de seguir produciendo ese discurso de ocultamiento de relaciones, procesos e intereses que subyacen a lo que se dice con apariencia inocente.

Esta función de las narrativas cuenta con la complicidad de los participantes en ella. Uno que tiene la cualidad del saber para contar¹⁷⁷ y otro u otros que tienen la cualidad de querer escuchar para saber. De esta manera se hace presente la siguiente situación: “Se cuenta, y uno espera que le cuenten, lo peculiar, lo insólito, lo no canónico (...) lo que en alguna medida encierra un misterio. Y con la narración esperamos que, al menos en parte, podemos comprender el misterio.

“Y el misterio que es la narración se cuenta desde unos valores y unas prácticas que lo apoyan y a las que la narración apoya; unos valores y una prácticas que circulan ‘naturalmente’, narrativamente en el relato, en detrimento de y en competencia con otros valores y otras prácticas que podrían circular por él, y si el acontecimiento, el mismo acontecimiento que nos es relatado, nos lo hubiera relatado otro” (Ramos, 2001: 39)

¹⁷⁶ Las narrativas no sólo son diversas por las formas que adoptan, sino también por las modalidades que asumen al momento de ser contadas. De entrada cabe decir que “...se entiende por modo de narración el grado efectivo de presencia que tienen los discursos verbales de los personajes...dentro del propio discurso narrativo...son las formas que adopta el narrador para transcribir los discursos de los personajes” (Paredes, 1993: 28)

¹⁷⁷ El modo de narrar puede ser de modo directo (cuando el discurso del personaje aparece tal cual); de modo indirecto (el narrador dice lo que el personaje dijo); y de modo contado (reporta que el personaje habló, pero no señala lo que dijo), hablar, pero sin detalle.

Bajo esta perspectiva, que las narrativas se pueden considerar expresiones polisémicas de discursividad, que permiten la construcción y expresión de conocimientos, y proyección de emotividades y creencias. Al mismo tiempo se presentan como formas discursivas duales. Cumplen una función contradictoria: abren a los sujetos a otros conocimientos y a nuevas realidades, al mismo tiempo que intentan encerrarlos en el marco de representación y significación que ofrece¹⁷⁸. A esto debemos agregar que toda narrativa posee una dimensión temporal o también llamada cronológica, que es, necesariamente un tiempo humanamente construido¹⁷⁹. Las narrativas, en tanto objetivaciones del mundo y de la historia social internalizada por los sujetos exigen una mirada temporalizada de su construcción, en la medida que “(...) sintetizan y organizan, mediante procesos de generalización, de analogía y jerarquización, el conocimiento y las adquisiciones culturales, sedimentados en el transcurso de los siglos, procedentes de prácticas sociales extendidas” (Palomar, 2001: 56) Esto se puede entender en la medida que se considere que, articuladas a las narrativas se encuentran elementos, sintaxis y significaciones que se articulan con la intencionalidad de persuadir-informando y de entretener-persuadiendo. En este nivel el narrador cumple una función primordial. Requiere de será atendido, para ser entendido, y de esta manera ser persuasivo. Bajo esta lógica de logro de estos propósitos es que construye todos sus medios, formatos y recursos. La ideología y la posición de poder del enunciador se transparentan a lo largo de su relato y argumentación. Las narrativas televisivas pueden generar, de este modo, condiciones de naturalización de las realidades que expresan en sus contenidos. Esta naturalización hace que la mirada del televidente se mantenga en la superficie, y no se adentre a la parte esencial, donde es posible reconocer las relaciones sociales, los procesos y las posiciones de poder que hacen que enunciador y enunciatario no tengan las mismas posibilidades de relatar y de construir argumentaciones. El televidente se encuentra en el extremo de esta asimetría, privado de la posibilidad de producir y de la oportunidad de enunciar¹⁸⁰.

¹⁷⁸ En estos tiempos de diversidad social y cultural, las narrativas televisivas cumplen esa doble función de abrirnos al mundo globalizado, al mundo de la diversidad, pero, al mismo tiempo, nos encuadra esa visión de lo diferente, del *otro*, con base en tipificaciones estigmatizadoras (Ayús Reyes, 2001: 59)

¹⁷⁹ “Independientemente de los contextos en las que surgen, de las modalidades mediante las que se expresan y de los géneros que las integran, todas las narraciones describen una transición temporal de un estado de cosas a otro” (Ochs, 2000: 277)¹⁷⁹

¹⁸⁰ En este sentido Martín-Barbero advierte: “Lo que vemos en la pantalla son imágenes que resultan de otro ver que lee y escribe ‘para nosotros’. Y este ver, el que fabrica las imágenes, es bastante menos el del ojo –conciencia– del camarógrafo o del director que el del dispositivo social,

Las narrativas televisivas tienen un productor y un enunciador. En ciertas circunstancias esta función la puede cumplir la misma persona, en otras pueden éstas pueden ser diferentes. Ser productor o conductor televisivo resulta de un proceso de institucionalización, que instituye estas funciones. Entonces la importancia de las narrativas televisivas no se reduce a reconocer qué es lo que a través de ellas se dice, sino, sobre todo quién los dice, desde que posición instituida lo dice. Lo importante es la institución corporizada en el sujeto. Porque del lugar que el productor o conductor ocupe es que se hace posible la construcción de la legitimidad de lo que dice (Bourdieu, 1990: 75, 91)¹⁸¹. Esto implica el que en los procesos comunicativos generados por la televisión pública también se presente esta exigencia de legitimidad mutua entre productores-conductores y televidentes. La forma y sobre todo el grado de legitimidad presente en un proceso televisivo concreto, determina con mucho el curso que adopten las narrativas en momentos subsecuentes.

En un programa televisivo pueden operar discursos provenientes de diferentes sujetos: del conductor, del invitado y de quien hace voz en *off*. Es importante destacar que en esta interacción resaltan no sólo las competencias y habilidades que resultan de la construcción oral (como uso de palabras y pronunciación) sino aquellas de tipo estructural-social, cultural y políticas que cada sujeto porta aún antes de interactuar en un programa televisivo. (Bourdieu, 1990: 130). Esto es a lo que Bourdieu llama *relaciones lingüísticas de fuerza*, en tanto que son relaciones que se colocan más allá de la situación de interacción concreta en las que se desenvuelvan los sujetos.

Es por eso que la relación entre las personas que participan en un programa televisivo, de inicio, no sólo es una relación entre diferentes, sino también entre desiguales¹⁸². Se da el caso que en un programa televisivo sea el conductor quien tiene el poder y el monopolio del habla, en la medida que posee el conocimiento de la situación de los tiempos, las formas, los códigos y las técnicas necesarias para comportarse en un programa de este tipo. Los otros sujetos que

ideológico, que en tanto conjunto de reglas, en cuanto código, materializa el proceso de producción que regula el proceso de emisión" (Martín-Barbero, 1987: 65)

¹⁸¹ De ahí que el mismo Bourdieu considere que en una relación de autoridad se requiere emisores legítimos (que reconozca las leyes del campo y sea reconocido en éste por los otros agentes participantes); y se necesitan receptores legítimos, reconocidos por los emisores como dignos de recibir el mensaje de que se trate (Bourdieu, 1990: 126, 127).

¹⁸² "Son los casos en los que el locutor autorizado tiene tanta autoridad, o tiene tan claramente de su lado a las instituciones, las leyes del mercado y todo el espacio social, que puede hablar sin decir nada, sólo hablar" (Bourdieu, 1990: 146).

participan reconocen esa desventaja y, en la mayoría de los casos, se dejen conducir por esas rutas de la emisión televisiva desconocidas para ellos.

Es necesario distinguir que un intercambio narrativo televisivo, por ejemplo, como el que se da en el caso de una entrevista, se desarrolla bajo el contexto de una escenificación intencionada. No sólo el ambiente del estudio es una escenografía construida, sino que también el lenguaje utilizado en los niveles de construcciones sintácticas, sonoridad y forma argumentativa, que buscan mantener la atención del televidente y tomar partido por la opinión del de quien en este intercambio lingüístico ocupa la posición dominante: el conductor o entrevistador¹⁸³.

Cada cultura crea sus propias formas de experimentación. Asimismo construye sus singulares formas de narratividades, a través de las cuales los sujetos procuran organizar y contar sus experiencias¹⁸⁴.

Las diferencias sociales y las desigualdades de clase presentes en una sociedad reaparecen en las narrativas a veces subrepticamente, y en otras ocasiones, abierta y nítidamente. En el nivel social estructural se desarrollan procesos de institucionalización que se traducen en formas de codificación y de normativización de las prácticas de los sujetos. Esta institucionalización progresivamente va dejando claro cuáles son las formas legítimas de narrar; qué se debe narrar y qué no se debe narrar; quién tiene atribuciones, competencias y habilidades para narrar; cómo, dónde y cuándo se debe narrar; y a quién y para qué se debe narrar. De esta manera los grupos dominantes en cada sociedad y en cada cultura legitiman unos tipos de prácticas narrativas y des-legitiman otras. El poder se hace presente en la narración, pero no es un poder que resulte de

¹⁸³ Pero es necesario considerar que "...el foco de atención de los interlocutores puede variar en el curso de la narración y modifica la dirección que puede tomar el texto. La asociación de ideas que realiza el narrador influye en las decisiones que va tomando en cada momento. De este modo, si expresa una nueva posición argumentativa después de concluir un relato, echa una luz diferente sobre el relato inmediatamente precedente" (Carranza, 1997: 59)

¹⁸⁴ En momentos determinados, como en las sociedades pre-modernas, existe entre los miembros de una cultura la libertad de *facto* para contar de la forma en que más se crea conveniente. Se narra a través de leyendas, oraciones, chistes, canciones, chismes y rumores. La oralidad prevalece como forma, la boca como medio. Se narra en la casa, en la esquina, en el espacio de trabajo, en el templo, en la escuela, en la plaza pública. Narra el que tiene la información, escucha el que quiere enterarse a través del otro. El escucha se convierte en narrador para contar al que está más lejano del enunciatario original. El contexto de la narración oral se caracteriza por el predominio de la comunicación cara a cara. Se cuenta y se escucha compartiendo un espacio físico común; se cuenta mirando al otro; se cuenta en la proximidad, en la cercanía. Se narra para informar lo que se conoce y el otro desconoce, y se interesa por conocer. Se narra para entretener o también para convencer. Se narra lo que es significativo en comunidad. Se narra con fines educativos, políticos, comerciales. De ahí que la narración provenga del maestro, del político, del publicista. Pero narrar significa cosas distintas dependiendo del lugar, del tiempo y de la persona que narre. Entonces, la práctica del narrar tiene sus contextos.

la narrativa misma, sino de la configuración estructural-social donde se ubican los sujetos ya desde antes de narrar¹⁸⁵.

De esta manera podemos entender que mientras que durante el predominio de la narrativa oral el poder resultaba de la capacidad de ejercer el derecho a hablar, la subordinación se manifestaba en la imposibilidad de hablar, en el ejercicio de un silencio pasivo. En condiciones de predominio de la palabra escrita el poder resulta del poder escribir y ser leído, en tanto el dominado se encuentra incapacitado para escribir y ser leído, o escribe y es leído bajo condiciones de desigualdad en relación de aquellos que controlan no sólo la escritura sino también los medios materiales y técnicos para escribir y para difundir lo escrito, y de esta manera colocarse en condiciones de ser leídos. La dominación social se traslada e impregna la dominación en la narrativa. Pero de la misma manera que la dominación social no resulta de una imposición unilateral exclusivamente coercitiva, sino también de las operaciones de negociaciones y consensos, asimismo, el dominio de una narrativa no excluye la presencia de otras formas de narrar, con otros o los mismos propósitos, con distintos narradores, y a través del los mismos medios o de otros distintos. Las narrativas dominantes toman de lo social sus temáticas, sus personajes míticos, sus expresiones, y las reconfiguran en sus propios relatos. Lo dominado aparece en lo dominante con otra fisonomía.

El desarrollo de los medios de masas electrónicos (cine, radio y televisión) vienen a reconfigurar las condiciones de construcción y circulación de narrativas¹⁸⁶. Por ejemplo, mientras la sociedad aporta los referentes para la construcción de narrativas, los especialistas, particularmente los de medios de masas, desarrollan todo un proceso cualificado para darles estructura, sentido y proyectarlas de manera amplia. Son esos especialistas de los sistemas

¹⁸⁵ Con la aparición de la palabra escrita, el mundo del *Logos* se impone al mundo de la oralidad (Jensen, 1995: 5-9). Ese es el contexto de la modernidad. Al cambiar la forma cambia el medio. La boca cede su espacio al libro, al folletín, al anuncio, al periódico, al volante, al manifiesto. Bajo el influjo de la visión escrituraria dominante, la sociedad ensalza la narrativa que se construye a partir de la palabra impresa y desdeña la que proviene de la oralidad. Con la imprenta, los libros llegan a las aldeas. Las ideas contenidas en los libros sirven de elemento de confrontación con las ideas que venían de la oralidad. Los libros proporcionaron nuevas palabras para nombrar la realidad de la experiencia, antes nominada sólo con palabras de origen popular (Martín-Barbero, 1987b: 78) Narrativas escritas y narrativas orales sirven, entonces, como referentes de clasificación de expresiones culturales: las escritas para la cultura refinada, erudita, de elite; la oralidad para la cultura popular, la cultura de la masa, de los pobres, de los analfabetas. Al legitimar la narrativa escrita los grupos en el poder legitimaron no sólo una forma y un sentido de contar, también legitimaron una diferencia y una desigualdad social entre los que tenían y los que no tenían acceso a los procesos educativos y espacios de conocimiento que les permitieran desarrollar las competencias de la lectura y la escritura.

¹⁸⁶ Valorando esta transformación es que Jensen (1995: 3) indica que el siglo que recién concluyó "(...)se convierte en el siglo de los signos en dos aspectos relacionados. Primero, las tecnologías de información y comunicación, principalmente los mass media, traen nuevas formas de interacción social en política, negocios y ocio. Segundo, la semiótica fue desarrollada dentro de diferentes campos científicos para comprender lo que Saussure ha llamado 'la vida de los signos en sociedad'"

expertos que Giddens (1997: 32-34) identifica como parte del dinamismo de la modernidad y sus procesos de desenclave. Llegado ese momento, se acentúa el hecho de que ya no todo mundo puede narrar. La lógica es distinta. Cambian las bases tecnológicas que posibilitan la construcción de narrativas. La oralidad ahora pasa por el filtro del micrófono, se engarza a las ondas hertzianas y se difumina hasta llegar a los aparatos receptores. La narrativa también se hace ahora a través de imágenes en movimiento acompañadas con sonoridad. Hacen su aparición así la narrativa radiofónica, la cinematográfica y la televisiva. Cambian el sentido del espacio y del tiempo en la narración y fuera de ella. Se opera así un des-anclaje espacio-temporal entre el que narra y el que escucha. El espacio del que narra no es el mismo espacio del que escucha. El espacio a que se refiere la narración puede ser distinto al del narrador y al del destinatario. El tiempo también puede ser diverso. Los lenguajes y formatos cambian, se codifican en concordancia con el medio. La sintaxis del relato se modifica. El escucha se transforma en público, y cómo público en consumidor¹⁸⁷, sin dejar de ser ni público, ni sujeto.

Entender el tipo de construcción y uso práctico de lenguajes en una narrativa televisiva, nos remite a considerar las estructuras mentales de los productores y los conductores televisivos, como estructuras sociales interiorizadas que les lleva a optar por una u otra forma de lenguaje y de ejercicio del habla. Pero la narrativa televisiva no se puede comprender considerando exclusivamente la postura del productor. Es indispensable incorporar la postura y función del televidente como destinatario¹⁸⁸.

2.5.3.7 El papel de los procesos de anticipación.

¹⁸⁷ En los medios continúan las narraciones de historias, leyendas y noticias. Se siguen contando chistes e historias de vida. Persiste el habla de la cotidianidad. Pero ahora la narrativa se convierte en una industria que produce melodramas, noticieros, programas de humor, programas de revista, anuncios publicitarios, *reality shows* y también infomerciales. Y aunque estos géneros y formatos no aparecen desde el primer momento como resultado de procesos de construcción social (Ayús Reyes, 2001: 55), lo cierto es que es en el conjunto de interacciones sociales que los sujetos mantienen cotidianamente donde se encuentra la fuente de cualquier producción, circulación, intercambio y significación de esas narrativas. De esta manera, los formatos que cotidianamente se proyectan por televisión no resultan de la simple creatividad técnica de un productor, sino de un complejo proceso de construcción colectiva de la sociedad, que proporciona a los productores televisivos los referentes para su construcción.

¹⁸⁸ Esto lo ilustra Bourdieu en la fórmula de habitus lingüístico + mercado lingüístico = expresión lingüística, discurso, y más aún cuando plantea que: "Según el modelo que propongo, el discurso que producimos es una 'resultante' de la competencia del locutor y del mercado en el cual se encuentra su discurso; el discurso depende en parte(...)de las condiciones de recepción" (Bourdieu, 1990: 122) Acompañando la reflexión de Bourdieu, el mercado lingüístico de las narrativas televisivas de C7 estaría constituido por el hecho de que las construcciones que en forma de programas realizan los productores, están dirigidos a televidentes-receptores que se encuentran en condiciones de valorarlo (Bourdieu, 1990: 145)

En esta misma lógica, desde la perspectiva de Zermeño el éxito de un programa televisivo encuentra su corroboración, sobre todo, en el hecho de que dicho programa sea comentado por las bocas de los diferentes televidentes, como resultado de su influencia y las expectativas que genera en ellos. Más aún, reconoce la importancia de ciertas características de los discursos narrativos en este proceso cuando señala que: “Sobre cualquier discurso se puede anticipar, pero los discursos narrativos tienen la consigna de activar la imaginación del público. Por ello, los guionistas mejoran sus técnicas y herramientas para crear expectación, las productoras de televisión invierten en programas de ficción, los programadores dedican espacios comparativamente importantes a este tipo de discursos y los estudiosos de los fenómenos comunicacionales observan el éxito de este macrogénero narrativo”. (Zermeño Flores, 1997: 103).

La propia Zermeño incorpora la categoría de anticipación como una herramienta para comprender la relación que se construye entre narrativa y sujeto-televidente. La anticipación opera como una estrategia de construcción de certidumbre por parte del sujeto receptor. Esto lo realiza a través de procesos donde se involucra un ordenamiento de formas y sentidos con el fin conseguir una autoclarificación de los mensajes recibidos; como una puesta en práctica de economía de esfuerzos y como una manera de favorecerse una gratificación¹⁸⁹.

De esta manera, el anticipar es un medio de control sobre la narrativa que proporciona la percepción. La anticipación realizada se manifiesta en doble nivel de articulación: una anticipación de las formas materiales, para conseguir, asimismo, una anticipación a las formas de significación asociadas a ellas (Zermeño Flores, 1997: 106). Motivación que tiene el televidente por consumir una narrativa, actitud ante el mensaje y expectativa que mantiene frente al género en que se expresa la narrativa son otras tantas condiciones que median el proceso de anticipación (Zermeño Flores, 1997: 108-109)¹⁹⁰.

La relación entre discurso y narrativa podría entenderse de la siguiente manera. Desde una perspectiva semiológica se considera que el nivel discursivo pertenece a la enunciación,

¹⁸⁹ Los procesos de anticipación implican presupuestos como los siguientes: el tipo de información proporcionada por la narrativa; las capacidades psicofisiológicas del sujeto receptor que le permitan organizar y deducir la información recibida; la actitud asumida por el receptor frente a la narrativa, que tiene que ver con los prejuicios respecto al género ofrecido, el grado de atención y el de motivación; los niveles de competencia del televidente que se relacionan con su intuición, conocimiento de los principios narrativos generales y del género de que se trate y la experiencia personal en otras áreas.

¹⁹⁰ Ya Giddens señalaba sobre la motivación que: “Motivación denota más un potencial de acción que el modo en que el agente lleva adelante una acción inveteradamente... Buena parte de nuestra conducta cotidiana no reconoce motivación directa” (Giddens, 1995, p. 44)

mientras que el nivel narrativo es propiamente lo enunciado. En la narrativa del discurso se pueden encontrar relatos de acontecimientos, situaciones, acciones, etc., que presentan un encadenamiento de sucesos. Más allá de su plano figurativo, la narración contiene significaciones más profundas que orientan la producción y la interpretación de este tipo de discurso. La narratividad aparece así como un principio de organización de todo discurso narrativo. La actividad discursiva requiere un saber-hacer discursivo que se traduzca en una competencia narrativa. Es necesario reconocer también la articulación que se desarrolla entre las estructuras semio-narrativas y las estructuras discursivas, que da significación al discurso (instancia de enunciación, dominada por el enunciador). Las estructuras semio-narrativas se colocan en el nivel profundo, son el depósito de las formas significantes fundamentales, y rigen las estructuras discursivas (Greimas, 1979: 272-274).

Recuperando lo esencial de esta reflexión, definimos las narrativas televisivas de la siguiente manera:

Las narrativas televisivas operan como una concreción empírica del discurso audiovisual. Son expresiones multidimensionales y polisémicas de discursividad, generadoras de sentido. Son una forma de objetivación de las formaciones culturales de diferentes narradores y narratarios. Tienen un origen social y cultural, y poseen una historicidad que les hace diferentes para cada cultura y sociedad. En cada contexto las narrativas sociohistórico las narrativas televisivas asumen diferentes tipos, modos y medios de manifestación. Estructuralmente se configuran con base a enunciaciones audiovisuales articuladas, que hablan de acontecimientos significativos secuenciados e insertos en fases, haciendo uso de tiempos, espacios, acciones y actores, que desembocan en procesos de transformación. Las narrativas televisivas cumplen una función de socialización, en tanto que orientan cognitivamente las prácticas de los sujetos; articulan su presente-pasado y futuro; y proyectan conocimientos, afectividades y creencias. Todo esto desde posiciones ideológicas y prácticas de poder mediático.

2.5.4 El concepto de relato.

“Vivimos inmersos en relatos. O más bien habría que decir sumergidos; sumergidos en los relatos de los otros y sumergiéndonos (implicándonos) y sumergiendo (implicando) a los otros en nuestros relatos. Porque un relato no es sólo dar cuenta a otro de algo que él no sabía (si el relato es, o pretende ser, verídico) o no imaginaba (si el relato es, o pretende ser, ficticio). Es una experiencia participativa” (Ramos, 2001: 19) El relato es práctica humana cotidiana e histórica, construida y constructora. El relato marca fronteras, tiene un papel mediador (...) Al hacerse palabra dicha, el relato comunica unos significados, propone unos sentidos, atribuye unas causalidades, construye al otro *igual* y diferente (Rossana, 1997:36)

El relato es lo narrado mientras que el discurso es la forma de narrar cualquier relato. El relato es una manifestación particular del lenguaje. No toda expresión de lenguaje es un relato, pero todo relato es necesariamente una manifestación de lenguaje. El relato es necesario para cualquier sociedad. A través del relato las sociedades encuentran una de las formas, de producirse y de re-producirse. Donde hay humanos surge la necesidad de contar. Es más difícil pensar en un *contar-me*, que en un *contar-te* o un *contar-nos*. Al contarse los integrantes de una sociedad pueden mirarse, re-conocerse e identificarse. Por eso la práctica del contar es un *continuum* en todas las sociedades.

El relato es una forma de narrativa, es un discurso, una forma de organización de la verbalidad o la imagen que se constituye como un universo con su propia lógica. Un relato es algo que se cuenta, y eso que se cuenta tiene un tema. El tema es el asunto que trata el relato, su idea central¹⁹¹. Desde esta posición, el relato puede considerarse, entonces, como una forma de discursividad que favorece la construcción de significaciones por parte de los sujetos. Como una discursividad particular, el relato se encuentra articulado a otro tipo de discursividades que circulan en la sociedad. Junto con ellas construye esa semiosis infinita a la que, desde la semiótica, se refieren Peirce (1987), Greimas (1966, 1979), Jensen (1995) y Desiderio Blanco (1989). Aún más, para Karam Cárdenas (2003: 311) “...el relato no es solamente una modalidad discursiva sino una dimensión de esta discursividad”¹⁹².

¹⁹¹ Entonces, “ (...) el relato no es la relación de un o unos acontecimientos, sino *el acontecimiento de dar cuenta de unos acontecimientos*. Un relato es un acto de enunciación, un acto de tomar la palabra, para dar cuenta, ahora, de algo que pasó, antes, con miras a conseguir algo, ahora, a través del impacto que este relato causa en quienes lo oyen” (Ramos, 2001: 37).

¹⁹² Entre el relato, la narrativa y otras formas narrativas discursivas se desarrollan entrecruzamientos. Ninguna de estas formas se desenvuelve de manera independiente. Junto a la narrativa televisiva coexisten narrativas, radiofónicas, periodísticas, multimediáticas, pero también narrativas familiares, escolares, gubernamentales y religiosas. Y aunque cada una de ellas posee sus características peculiares, existen momentos de encuentros, como cuando la narrativa religiosa-católica (por ejemplo las mañanitas a la Virgen de Guadalupe) se entrelaza con la narrativa televisiva (promocionales, secuencias, comentarios, cortes comerciales, horarios). Resultando de este contacto una narrativa híbrida.

Para que exista un relato se requiere “...un conjunto de proposiciones (dos cuando menos), temporalmente ordenadas, que forman una historia, referida a un actor constante” (Ramos, 2001: 37) La historia del relato está compuesta por el conjunto de acontecimientos articulados que le dan forma. Pero no es cualquier tipo de acontecimiento. Los relatos tratan de sucesos dignos de mención, sucesos con sentido. “La historia relatada es significativa tanto por lo que cuenta como por lo que no cuenta y podría haber contado” (Ramos, 2001: 49)

Un relato como texto discursivo cuenta con temas o tópicos que emergen de las interfaces que se desarrollan entre las diferentes dimensiones que configuran la narrativa particular. Las macro-estructuras semánticas toman cuerpo en macro-proposiciones. Entender los relatos como estructuras narrativas implica un reconocimiento al encadenamiento secuencial de sus momentos constituyentes. Los temas a tratar en un programa corresponderían a las macroproposiciones de una narrativa discursiva televisiva. Las microposproposiciones serían el conjunto de afirmaciones que se hacen sobre el tema general a lo largo del desarrollo de la narrativa¹⁹³.

Los relatos se convierten en interpretaciones de sucesos. Implica una perspectiva que ordena la configuración de lo que se cuenta. De ahí que el relato no sea un informe sino una toma de posición configurativa ante un hecho experimentado directa o indirectamente. El ordenamiento de lo que se cuenta se basa en la construcción y uso de lo que se ha dado en llamar *motivo*: “El *motivo*, o mejor dicho los *motivos*, pues se presentan encadenados, son las secuencias temáticas que hacen suceder y avanzar al texto. Son las ‘cápsulas’ o breves entidades en las que se expone el tema en forma secuencial; lo hacen posible y lo comunican. En realidad el tema se obtiene por la abstracción de los motivos, por la sedimentación común de todos ellos” (Paredes, 1993: 27)¹⁹⁴

¹⁹³ Estableciendo un símil entre narrativa discursiva televisiva y narrativa periodística, se puede plantear la analogía entre titular o cabeza del periódico correspondería al nombre y título del programa. Si el titular nos alerta sobre el contenido del periódico. El nombre del programa funciona como macro-estructura que sirve para anunciar la temática, el formato y los contenidos del programa en tanto texto narrativo. La entrada de un programa televisivo cuenta con todos los requerimientos para funcionar como una macro-estructura que permite la inferencia del televidente sobre los contenidos que se abordarán.

¹⁹⁴ Además, para dar sentido al relato, los generadores de relatos construyen una trama. Se entiende por trama la articulación de elementos (actores, acciones, propósitos, escenas, etc) que se construye, desde la perspectiva del narrador, para dar coherencia al discurso narrativo. Los actores realizan acciones, entendidas éstas como “...los hechos y los procesos psíquicos que suceden en y con los sujetos humanos: los que por esta razón han llegado a ser denominados actores o *actantes*” (Paredes. 1993: 27)

Los relatos cumplen una doble función: referencial y evaluativa. Referencial porque informan, dan cuenta de una realidad real o imaginada. Evaluativa en tanto que no sólo dan a conocer, sino que, además, lo hacen a través de juicios, de valoraciones sobre los hechos y sobre los actores que en ellos participan. La materialización de estas funciones genera otro tipo de procesos en los sujetos hacia los que está dirigido el relato¹⁹⁵. Esto explica que implícita o explícitamente, todo relato posea una moraleja. Y es que, por lo regular un relato busca como objetivo la evaluación moral de un hecho ocurrido. Por eso se puede puntualizar el objetivo general que mantiene un relato: “Como los relatos cuentan sucesos que se apartan de lo ordinario, también sirven para articular y sostener la comprensión común de lo que la cultura considera ordinario” (Ochs, 2000: 284)

Por eso los relatos son objetivaciones de procesos subjetivos que se traducen en prácticas; son relatos desde formaciones culturales, para la acción. “Con nuestros relatos de nuestros mundos sustentamos nuestras prácticas y reafirmamos nuestros valores” (Ramos, 2001: 38). El mundo, culturalmente formado, del que cuenta, se manifiesta a través del relato, aunque en apariencia aparezca como un simple relato del mundo, sin autoría. Es importante, entonces, considerar que: “Cualquier relato vehiculiza, da cuenta (parcial pero significativamente) de un mundo” (Ramos, 2001: 39) Aunque, más bien, “ (...) vehiculiza una versión de un mundo que tiene mucho del mundo compartido, pero que responde a la posición, en ese mundo, de la persona que lo narra. Y que lo narra, precisamente. Para defender, por medio de lo que narra, su posición ante los que lo están (o lo podrían estar) escuchando; es decir, su posición en ese mundo concreto que es la situación de interlocución dentro del cual se produce el relato” (Ramos, 2001: 39)¹⁹⁶

Por otro lado, Carranza establece una diferencia entre lo que debe considerarse un relato y la manera en que debe entenderse una narración: “Como punto de partida necesitamos distinguir entre relato y narración. Relato es un tipo particular de narrativa en el que se manifiestan

¹⁹⁵ Asociada a la función referencial se tiene a la opción consultiva que ejerce el destinatario. La primera forma de entender lo que se narra es a través de ésta opción, se reduce a entender qué pasó. La otra opción es la constructiva, que busca comprender cómo pasó lo que se dice que ocurrió (Ramos, 2001: 20-21)

¹⁹⁶ Estos mismos criterios son aplicables a los relatos personales, autobiográficos, en tanto que “...traslucen, con mayor o menor nitidez, una concepción de sí mismo que tienen el que habla, que preexiste al acto de narrarla, y en la que el hablante se expresa con mayor o menor sinceridad (y autosinceridad) según la evaluación que se hace de los requerimientos que la situación le plantea. Se trata de prácticas de discursos acerca del yo.

“El yo no se expresa narrando, se construye narrando. Yo soy, por así decir, el común denominador, irrenunciable, de lo que digo de mí (y de lo que no puedo negar de mí, y de lo que no puedo evitar que los otros digan de mí) (Ramos, 2001: 40)

plenamente elementos tales como la secuencia temporal, las acciones específicas, la caracterización y el conflicto. Entendemos por narración la actividad conversacional global en la que se produce un relato” (Carranza Isolda, 1997: 59)¹⁹⁷ Mientras que Zermeño señala lo siguiente: “(...) el relato es la obra creada con los principios narrativos generales y los particulares del género. Es la manifestación del mundo particular del autor alimentado con una realidad compartida con el público potencial. Es el lienzo donde quedan, casual o voluntariamente elementos que sirven de ‘mojones’ en la lectura. El discurso narrativo está confeccionado bajo los principios de la ‘contingencia’, la ‘expectativa’ lo ‘verosímil’, el ‘orden’, cualidades todas que permiten escudriñarlo a partir de lo previsible” (Zermeño Flores, 1997: 110)

Podemos decir, ahora, que entendemos por *relato televisivo* lo siguiente:

Relato televisivo es la expresión particular de una narrativa audiovisual, entendida ésta como el contexto conversacional general desde donde se produce aquél. Relato televisivo es lo que se narra, señalando el qué ocurrió y cómo sucedió, según la visión del mundo que posee quien realiza el relato desde la producción, la conducción o la simple intervención en una narrativa televisiva. De ahí que el relato de televisión sea un dar cuenta de forma valorativa-moral de uno o varios acontecimientos significativos, buscando generar valores y orientar prácticas de sus destinatarios. El relato televisivo es una forma de discursividad social que busca provocar significaciones en los televidentes, para que la sociedad se produzca y se reproduzca Es un acto compartido de conocimiento y re-conocimiento entre el que emite y el que recibe el relato. El relato televisivo cuenta con un tema, que se traduce en macroproposiciones; se basa en un motivo, como elemento ordenador; y cuentan con una trama, que implica una secuenciación narrativa, con referentes espaciales, temporales y actoriales.

2.6 El concepto de representaciones sociales.

2.6.1 Antecedentes de la teoría de las representaciones sociales.

¹⁹⁷ Desde este punto de vista, el programa televisivo puede considerarse como narrativa amplia, general, que contiene pequeñas narrativas a las que se les denominaría relatos. Las cápsulas que se incluyen en un programa televisivo pueden considerarse como ese tipo de relatos insertos en una narrativa televisiva más amplia, que es el mismo programa.

Históricamente, toda sociedad crea sus propias representaciones¹⁹⁸. No hay sociedad que no se represente a sí misma en sus diferentes momentos, y que no represente a los otros sujetos, grupos, instituciones, prácticas y creencias que cree propias de otras formaciones sociales¹⁹⁹. Haciendo un recuento retrospectivo encontraremos que el concepto de *representaciones* ha generado diferentes tradiciones de elaboración teórica²⁰⁰.

El aporte de Emile Durkheim.

Sin embargo, desde la sociología clásica se acuñó el concepto de *representación colectiva*, que sirvió de antecedente teórico al concepto de *representaciones sociales*. Sociológicamente Durkheim es el primero en plantear explícitamente este concepto. En su trabajo “*Representaciones individuales y representaciones colectivas*”, Emile Durkheim define a la *representación colectiva* como una forma de conocimiento socialmente construido, que se fundamenta en “nociones tipo”, entendidos éstos como esquemas de percepción y juicio, que regulan las ideas y los comportamientos de los individuos, y que se colocan más allá del propio sujeto. Las representaciones colectivas “(...) se manifiestan como ‘estructuras intersubjetivas de conciencia’, siguen conformando un ‘mundo instituido de significado’ del que se toman los *modelos de la reproducción simbólico-cultural*.” (Berriain, 1990: 241)²⁰¹.

¹⁹⁸ Sin embargo, habría que partir de presupuesto de que en torno al concepto de “representaciones” siguen girando múltiples discusiones. Su sentido aún no logra clarificarse. Una de tantas complicaciones que obstaculiza la comprensión de lo que significan las “representaciones” es aquella que resulta del doble proceso con el cual este concepto se encuentra implicado: por un lado el de la forma en que se desarrolla su construcción, y por el otro, el que se relaciona con el proceso de comprensión (Ceballos y Alba, 2003: 11). Lo cual coloca la reflexión desde las interrogantes de ¿cómo se construye una representación? y ¿cómo se construye su comprensión?

¹⁹⁹ En este sentido destaca Jesús Ibáñez (1979:21). “Todo orden social produce representaciones, saberes inmediatos, de sí mismo. Estos saberes funcionan como matrices de discursos, como textos implícitos que producen discursos explícitos, discursos que hacen tolerable ese orden haciéndolo comprensible, produciendo una explicación global y compatible de todos los fenómenos que ese orden regula, una explicación que da razón de esos fenómenos”.

²⁰⁰ En la Grecia clásica, con Aristóteles, la “representación” fue asociada con *mimesis*, imitación, espejo, con puesta en escena de la realidad. Más tarde Tomás de Aquino siguió manejando la metáfora del espejo, y consideró a la representación como un requisito para acceder al conocimiento de una realidad. Mientras que Thomas Hobbes se opuso a esta idea de emparentar realidad y representación. Desde John Locke, el pensamiento de la modernidad avaló el concepto de representación, entendiéndolo a partir del criterio de semejanza que ésta mantenía con lo real. Emmanuel Kant centró en el sujeto la competencia de representar, a la que vinculó directamente con el conocimiento. Por su parte, Ockham igualó el representar con el conocer. Mientras Leibniz estableció una relación entre representar-simbolizar y conocer. En cambio, tanto Richard Rorty como Hilary Putnam rechazaron la idea de *espejo* asociada a la representación y su función de conocimiento.

²⁰¹ Específicamente, para Durkheim el concepto de representaciones colectivas se refiere a “...categorías del pensamiento a través de las cuales determinada sociedad elabora y expresa sus realidades” (De Souza Minayo, 2003: 90) Para este autor estas categorías no están dadas *a priori*, sino que se construyen y se modifican a través de los hechos sociales. Considera que son fenómenos reales, dotados de propiedades específicas con comportamiento también singular; que son expresiones de una sociedad que piensa. Desde lo individual, las representaciones sociales no siempre son conscientes. Poseen un doble carácter: son sociales porque poseen una marca de la realidad social de donde surgen, pero también

Para Durkeheim las representaciones colectivas son un mundo instituido de significado. Son un “(...) *saber colectivo fundacional* socialmente disponible, que se despliega en los conceptos de la ciencia, en las normas y máximas morales, en las regulaciones jurídicas del derecho positivo, en las interpretaciones y juicios de una comunidad de críticos en torno a las obras de arte (...), en el folclore, en las creencias populares, en los ideales colectivos, en los mitos, etc.” (Berriain, 1990: 235) Las representaciones colectivas se consideran formas instituidas e instituyentes. Pueden manifestarse como representaciones normativas, que se identifican con un proceso donde la sociedad tiende a representarse a sí misma como significativa, con consenso normativo que genera sentido. También pueden tomar la forma de representaciones cognitivas que se expresan en formas conceptuales y de conocimiento que buscan articular el representar/decir con el hacer social. O de representaciones político-organizacionales, ligadas a la participación política, a través de la cual la sociedad toma conciencia de sí misma. (Berriain, 1990: 235-236). Con el proceso de modernización, las representaciones asumen características de racionalidad.

Referentes sociológicos, políticos, psicológicos y antropológicos.

En su polémica contra la posición dialéctico-idealista de Hegel, Carlos Marx plantea la primacía de la vida material y social como condicionante de la producción espiritual de una sociedad. Aunque reconoce una relación dialéctica entre condiciones materiales-sociales y producción de ideas al indicar que tanto los hombres hacen a las circunstancias como las circunstancias hacen a los hombres.

En Max Weber las representaciones sociales son nombradas como “ideas”. Son juicios de valor que los sujetos dotados de voluntad elaboran. Estas representaciones se constituyen en concepciones sobre la realidad, que tienen una dinámica propia (De Souza Minayo, 2003: 93). Tanto Durkheim como Weber coinciden en que es importante estudiar la eficacia y la configuración de las ideas recurriendo a los estudios empíricos que atiendan el

poseen esa autonomía dada por los sujetos individuales (De Souza Minayo, 2003: 90) En otro sentido, las *representaciones colectivas* son las estructuras del mundo social incorporadas en el individuo, que al mismo tiempo posibilitan la incorporación del individuo al mundo social (Ceballos y Alba, 2003: 12-13).

desarrollo histórico de este fenómeno (De Souza Minayo, 2003: 95)²⁰² Gramsci también resalta el predominio de la base material de la sociedad, y en concordancia con esta visión desarrolla su concepto de “bloque histórico”²⁰³. Gramsci reconoce que el sentido común es un constituyente de las representaciones sociales que posee un carácter contradictorio (conservadurismo y cambio). Este sentido común puede ser recuperado críticamente a partir de las características específicas de cada grupo social (De Souza Minayo, 2003: 100-101).

Hasta antes de la Segunda Guerra Mundial la mayoría de los teóricos planteaban el criterio de dualidad: individual y colectivo²⁰⁴. Más adelante G. H. Mead contribuye al estudio de las representaciones sociales cuando incorpora la idea de que el estudio del lenguaje es importante para comprender la naturaleza humana, en la medida que este es una característica distintiva de los hombres y posee un carácter social. Mientras que Allport establece que es posible utilizar el mismo modelo para estudiar la psicología individual y la psicología colectiva. (Farr, 2003)

Desde la tradición estructuralista-cognitiva de Jean Piaget se habla de *representación mental*. De esta manera, las representaciones son asociadas a los fenómenos psíquicos. Además de colocar la práctica de la imitación de modelos ausentes como uno de sus caminos de construcción.

El enfoque lingüístico considera al lenguaje como el elemento de articulación entre las dimensiones cognitiva y social de la representación. Pero las diferencias continúan. Desde algunas posiciones se sigue contemplando a la representación como una imitación fiel de la

²⁰² Entre Durkheim, Marx y Weber existen diferencias identificables. Reconocerlas permite comprender el lugar teórico desde donde se colocó cada uno de ellos respecto a la problemática de las representaciones. “Con relación al estatus de las Representaciones Sociales en el conjunto de las relaciones, Durkheim establece que la vida social causa las ideas; para Weber existe una relación de adecuación entre ideas y base material; y Marx coloca a la base material en relación de determinación” (De Souza Minayo, 2003: 107) Para Marx, los individuos son sujetos históricos determinados, que portan determinadas formas de relaciones sociales, políticas y económicas. Para Durkheim las ideas colectivas tienden a individualizarse en los sujetos, que se tornan en fuente autónoma de acción. En Weber, el sujeto aparece como portador de cultura y de valores socialmente dados, además de una constelación singular que da cuenta de la acción social del grupo, donde el límite de sus informaciones son sus valores.

²⁰³ Dice Gramsci: “Las fuerzas materiales son un contenido de las ideologías son la forma siendo que esta distinción entre contenido y forma es puramente didáctica. Ya que las fuerzas materiales no serían históricamente concebibles de la misma forma que las ideologías serían fantasías individuales sin las fuerzas materiales” (De Souza Minayo, 2003: 100).

²⁰⁴ Por ejemplo, Durkheim establecía una diferencia entre representaciones individuales (a las que colocaba en el campo de la psicología) y las representaciones colectivas (ubicadas en el campo de la sociología). En cambio Wundt, aunque establecía una diferencia entre psicología fisiológica y *volkerpsychologie*, se mostraba más interesado en estudiar la cultura. Wundt consideraba que fenómenos mentales colectivos como la lengua, la religión o los mitos, no podían estudiarse al nivel de la introspección del individuo, porque, en su decir, han sido productos de una interacción colectiva entre los individuos, y como tal había que estudiarlos. Por otro lado Le Bon colocó el problema en terrenos de contrastar la racionalidad asignada al individuo con la irracionalidad asociada a las masas o multitud (agregado de individuos). Para Le Bon el líder ejercía sobre la masa una influencia hipnótica. En cambio para Freud, las masas representaban una estructura de individuos que se relacionaban con el líder a partir de su identificación con él.

realidad, y bajo esta óptica se asigna a la representación la función testimonial y documental. En tanto que desde otra postura, la representación es considerada una interpretación de la realidad.

Por su parte Schutz utiliza el término de “sentido común” para referirse a la opinión espontánea sobre lo cotidiano. Para Schutz tanto la ciencia como el sentido común son abstracciones, formalizaciones y generalizaciones que se construyen sobre hechos interpretados a partir de la cotidianidad. Los sujetos dotan de significados a la vida cotidiana para determinados contextos sociales. De ahí que la comprensión del mundo que desarrollen los sujetos se dé a partir de su experiencia acumulada (historia de vida, biografía personal) con relación a las experiencias de los otros, que comparten el mismo contexto. Los conocimientos acumulados (experiencia de vida elaborada interiormente de forma subjetiva e intersubjetiva) se construyen en función a tipificaciones del mundo del sentido común. Estos conocimientos posibilitan la “...identificación de grupos, la estructura común de relevancia y la posibilidad de comprensión de un modo de vida específico de determinado grupo social” (De Souza Minayo, 2003: 97)

Ahora bien, la teoría de las *representaciones sociales* es considerada una expresión sociológica de la psicología social. Se cree que la publicación en 1961 del libro de Moscovici, *El psicoanálisis: su imagen y su público*, es el punto que marca el surgimiento de la psicología social (Farr, 2003: 31). Abrevando en la conceptualización inicial de Durkheim, desde la sociología y la psicología social se construye el concepto de *representación social*²⁰⁵.

2.6.2 Diferentes aproximaciones a la definición del concepto de *representaciones sociales*.

El debate sobre el significado de las *representaciones sociales* tiene ya una larga tradición. A lo largo del tiempo la preocupación se ha dirigido a abordar problemáticas como las del origen de las representaciones sociales; los momentos de construcción y de comprensión de estas representaciones; el papel de los sujetos en su construcción; la relación entre realidad y representación; y la relación de las representaciones sociales con las dimensiones social,

²⁰⁵ En general, las *representaciones sociales* son concebidas como productos mentales simbólicos de los sujetos, que entienden y transmiten de una forma particular concepciones sobre la realidad. Las representaciones sociales resultan de las interacciones de los individuos en sociedad.

política, cultural, psicológica e ideológica de los agrupamientos humanos de donde surgen. Esta complejidad de elementos imbricados en su tratamiento analítico hace de las representaciones sociales un concepto multiséntico. Esto explica por qué, desde las diferentes tradiciones teóricas, se han construido distintas definiciones. Aproximémonos a algunas de ellas.

Para Edgar Morín las representaciones no pueden considerarse como un simple reflejo de la realidad. Aunque éstas implican el uso de procedimientos que permiten la realización de construcciones analógicas que vinculan realidad con re-presentación. Para Morín, lo cierto es que en la base de toda representación se encuentran procesos de construcción, transformación y traducción, que se distancian en gran medida de la realidad que sirve como referente para su despliegue²⁰⁶.

Por otro lado, en una primera aproximación, Jodelet plantea que las representaciones son: “Imágenes que condensan un conjunto de significados; sistemas de referencia que nos permiten interpretar lo que nos sucede, e incluso, dar un sentido a lo inesperado; categorías que sirven para clasificar las circunstancias, los fenómenos y a los individuos. Con quienes tenemos algo que ver; teorías que permiten establecer hechos sobre ellos. Y a menudo, cuando se les comprende dentro de la realidad concreta de nuestra vida social, las representaciones sociales son todo ello junto” (Jodelet, 1984: 472).

Ampliando esta idea, la misma Jodelet construye una definición de representaciones sociales en la que se destaca la articulación que establece entre las dimensiones cognitiva-social-comunicativa y práctica de las representaciones. Dice: “El concepto de representación social designa una forma de conocimiento específico, el saber de sentido común, cuyos contenidos manifiestan la operación de procesos generativos y funcionales socialmente caracterizados. “En el sentido más amplio, designa una forma de pensamiento social.

“Las representaciones sociales constituyen modalidades de pensamiento práctico orientados hacia la comunicación, la comprensión y el dominio del entorno social, material e ideal. En tanto que tales, presentan características específicas a nivel de organización de los contenidos, las operaciones mentales y la lógica.

²⁰⁶ En este sentido es que dice Morín que: “La representación es producto de un proceso morfogenético y sintético que la construye en forma de una imagen global, sentida a la vez como visión objetiva de las cosas reales y como apropiación subjetiva de esta visión objetiva (toda percepción comporta un ‘yo percibo’ implícito). Y sin embargo, es en la apropiación subjetiva misma donde la representación es sentida como presencia objetiva de la realidad de las cosas, y en absoluto como una imagen. Pues esta ‘imagen’, proyectada sobre el mundo exterior, ocupa todo el lugar del mundo exterior, se identifica totalmente con este mundo, es decir identifica totalmente este mundo a sí” (Morín, 1988: 118).

“La caracterización social de los contenidos o de los procesos de representación ha de referirse a las condiciones y a los contextos en los que surgen las representaciones, a las comunicaciones mediante las que circulan y a las funciones a las que sirven dentro de la interacción con el mundo y con los demás” (Jodelet, 1984: 474-75)

Para De Souza (2003), son varios los elementos a considerar para comprender el significado de las representaciones sociales: a) Que su origen se encuentra en las vivencias y las contradicciones que marcan cotidianamente la existencia de los sujetos; b) Que se expresan en pensamientos fragmentarios sobre aspectos particulares de la realidad de los sujetos, y muestran el entendimiento de estos con sus pares, con sus contrarios y con las instituciones; c) Que se manifiestan en palabras, sentimientos y conductas; d) Que poseen diversos grados de claridad con relación a la realidad; d) Que se institucionalizan y, por tanto, pueden y deben ser analizadas a partir de la comprensión de las estructuras y de los comportamientos sociales; e) Que su mediación privilegiada es el lenguaje, considerado una forma de conocimiento y de interacción social; f) Que poseen núcleos positivos de resistencia y transformación en la forma de concebir la realidad, pero también de conformismo y aceptación; g) Que son una visión del mundo a través de la cual los diferentes grupos expresan sus contradicciones y conflictos presentes en las condiciones en las que fueron engendradas; h) Que el sentido común, como base de las representaciones, es un referente empírico capaz de revelar la naturaleza contradictoria de la organización en que los actores sociales están insertos. La lengua es una mediación privilegiada para lograr la comprensión de las representaciones sociales. La palabra es el escenario donde se confrontan los intereses de clase; i) Y que cada grupo social, dominante o dominado, construye representaciones particulares de acuerdo su posición en el conjunto de la estructura social, y se comportan como portadoras de intereses específicos de esos grupos y clases.

Por su parte Jovchelovitch, delimita cinco características que son fundamentales en la construcción de las representaciones sociales: su aspecto referencial; su función de ser referencia de alguien para alguna cosa; su carácter imaginativo; su carácter constructivo; y su naturaleza social. (Jovchelovitch, 2003: 76)

No podemos omitir la referencia obligada a Moscovici. Para la elaboración de su teoría sobre las representaciones sociales se apoyó sobre todo en la formulación de Durkheim sobre las *representaciones colectivas*. Planteamientos fundamentales de Moscovici con relación al concepto que nos ocupa los esbozamos de la siguiente forma: 1) Que la noción de

representaciones colectivas posee un carácter general, y que requiere ser explicada en un nivel más inferior, como el de la psicología social; 2) Que en un contexto moderno, las sociedades son más complejas, plurales y dinámicas. Que si para las sociedades tradicionales estudiadas por Durkheim era pertinente el estudio de las representaciones colectivas. En las sociedades modernas se encuentran pocas manifestaciones de representaciones colectivas. Las transformaciones sociales hacen que el interés del estudio se orienten hacia las representaciones sociales; 3) Que la ciencia forma parte de las representaciones sociales de las sociedades modernas, como en su momento la religión y los mitos fueron considerados como objeto de estudio en tanto parte de las representaciones colectivas de las sociedades tradicionales; 4) Que las representaciones sociales se encuentran presentes en el mundo y en la mente, y que tienen que ser estudiadas en ambos niveles. El estudio de las representaciones sociales debe realizarse tomando en cuenta el contexto cultural donde se desarrolla; 5) Y que es necesario deslindarse de las posturas individualizantes en la investigación para el estudio de las representaciones sociales.

Desde su análisis del rito, Martín-Barbero habla de la representación como “(...) la capacidad que tienen los gestos y los objetos de ponerse en relación con las ‘ideas’ y con las otras personas, de trabar relaciones entre éstas, relaciones que viven y se expresan en imágenes (...)” (Martín-Barbero, 1978: 189)

En tanto que Valenzuela, recuperando la mayoría de estos presupuestos, pero poniendo acento en la dimensión sociocultural de este concepto, señala que: “Las representaciones sociales constituyen construcciones intersubjetivas que se recrean a partir del uso del lenguaje (...)”

“Las representaciones sociales son construcciones colectivas que participan en la definición de los significados de la vida cotidiana. Las representaciones se conforman desde realidades sociales estructuradas y mediadas por posiciones de poder que intervienen en la definición de marcos interculturales. Las representaciones sociales no son camisetas de fuerza de los imaginarios colectivos, sino campos de inteligibilidad y de preformatividad de la vida que median en las percepciones y relaciones sociales. Las representaciones sociales son construcciones intersubjetivas formadas a través del lenguaje (...)” (Valenzuela Arce, 2000: 37-38).

2.6.3 Lo individual y lo social en la construcción de *representaciones sociales*

A partir de esta diversidad de construcciones conceptuales desarrolladas sobre las *representaciones sociales* podemos reconocer y recuperar, desde una visión conjunta, distintos aspectos y niveles contenidos en dichas conceptualizaciones. Cognitivamente se da realce a la función de conocimiento del sujeto en la representación. Culturalmente se destaca el papel del sujeto como generador de sentido, a partir de su experiencia social. Lingüísticamente, la *representación* es contemplada como una forma particular de discurso, que resulta de las prácticas discursivas de los sujetos en sociedad. Institucionalmente se destaca de la representación la dimensión práctica social de un actor en un lugar social determinado, donde la representación proyecta las normas institucionales y las posiciones ideológicas del sujeto/actor. La visión intergrupual pone acento en el papel de las interacciones entre los sujetos como elemento para la comprensión de las *representaciones* en su producción y modificación. En tanto que desde un enfoque reproductor, las *representaciones* interesan por la función del sujeto como portador de determinaciones sociales que reproduce los esquemas sociales dominantes (Moscovici, 1986).

Aunque parece ser que existe un acuerdo entre los estudiosos respecto a reconocer el papel activo del sujeto en la construcción de las *representaciones sociales*, sin embargo, la diferencia entre las diferentes posiciones se vislumbra, entre otras cosas, en el peso que cada una de ellas otorga a las dimensiones cognitiva y social para la consecución del proceso.

El desarrollo de la teoría de las *representaciones sociales* se origina teniendo como contexto la existencia de preguntas que expresan contradicciones. Una de ellas se refiere a la relación entre individuo y sociedad y la manera en que se construye dicha relación²⁰⁷. Como en un primer momento las *representaciones* se proyectan mostrando una faceta psicológica-interna-cognitiva, esto conduce a la tentación investigativa de querer comprender las *representaciones* reduciéndolas a un proceso exclusivo y eminentemente subjetivo²⁰⁸.

²⁰⁷ Para este momento se concibe al sujeto como separado del mundo o se considera al mundo como una abstracción separada del sujeto. Otra se refiere a la relación entre el mundo material y el mundo simbólico. Así se muestra que la relación entre el concepto de *representaciones sociales* y las actividades representacionales está llena de ambigüedades, sobre todo por la influencia cognitivista y su perspectiva individualizante de las representaciones individuales. Desde estas posturas, se considera a las representaciones como mero reflejo del mundo externo en la mente, o como una mera marca de la mente que se reproduce en el mundo externo.

²⁰⁸ Las *representaciones sociales* son una realidad que va más allá de ser sólo una expresión de conocimiento. Es en este sentido que Bourdieu advierte: "Recordar que la percepción del mundo social entraña un acto de construcción no implica en modo alguno aceptar una teoría intelectualista del conocimiento: lo esencial de la experiencia del mundo social y del trabajo de construcción que esta experiencia implica se

Partiendo de esta posición se puede comprender que las *representaciones sociales* son construidas por los sujetos desde experiencias de vida concreta, y respondiendo a visiones del mundo que le son propias. Al participar con otros en una puesta social en común de representaciones, lo que ocurre es una compartición de significaciones que acompañan a las visiones del mundo que intercambian socialmente²⁰⁹. En el mismo sentido Jodelet desarrolla un planteamiento con el que pretende superar las divisiones rígidas entre lo que se considera externo (social) e interno (subjetivo) al sujeto y a las propias representaciones sociales. Al mismo tiempo reconoce una práctica participativa de éste en la construcción y re-construcción de sus propias representaciones.

2.6.4 Los contenidos de las *representaciones sociales*.

Sin embargo, la explicación del proceso de construcción de las representaciones sociales se enfrenta a otro problema, y es la definición de la materia prima que sirve de base a los sujetos para la conformación de estas representaciones. ¿Se construyen las representaciones a partir de conocimientos que resultan del sentido común? ¿o de conocimientos más bien lógicos y racionales?

Desde el llamado campo científico, generalmente las creencias y los saberes populares son considerados como ideologías, como pensamiento tradicional y no racional. Desde la investigación científica, se valora este pensamiento desde un presupuesto de racionalidad: se califica a las creencias colectivas como irracionales, y se trata de entenderlas y explicarlas desde posiciones sociológicas. Contrariamente, las formas de pensamiento consideradas como racionales pretenden abordarse bajo criterios de lógica individual. De esta manera se opone lo racional-individual a lo irracional-colectivo. De manera divergente, Moscovici plantea que las representaciones sociales son racionales, no por ser sociales, sino por ser colectivas, porque es sólo en la colectividad que los sujetos se tornan colectivos. Él mismo realiza una toma de

opera en la práctica, sin alcanzar el nivel de la representación explícita ni de la expresión verbal” (Bourdieu, 1990: 289) De esta manera se entenderá que es insuficiente tratar de explicar el proceso constructor de *representaciones sociales* atendiendo exclusivamente su expresión cognoscitiva.

²⁰⁹ Bourdieu reconoce este proceso cuando señala: “La teoría más resueltamente objetivista debe integrar las representaciones que los agentes se hacen del mundo social y, más precisamente, su contribución a la construcción de la visión de ese mundo y, por lo tanto, a la construcción de ese mundo por medio del trabajo de representación (en todos los sentidos del término) que efectúan sin cesar para imponer su propia visión del mundo o la visión de su propia posición en este mundo, de su identidad social” (Bourdieu, 1990: 287).

postura cuando señala: “El papel que la TEORÍA DE LAS REPRESENTACIONES SOCIALES confiere a la racionalidad de la creencia colectiva y a su significado, por tanto, a las ideologías, los saberes populares y el sentido común. Como efecto, nosotros los tomamos como sistemas coherentes de signos. En tanto, los tratamos como imágenes, vinculadas a una práctica y a un ritual, que tiene existencia de modo independiente, en virtud de un principio inmanente” (Moscovici, 2003: 11)²¹⁰

Otra de las discusiones referidas a los contenidos de las representaciones sociales tiene que ver con la presencia o ausencia de los elementos afectivos vinculados al sujeto en la configuración de las representaciones. Mientras que en la definición de Jodelet, arriba citada, se refiere a la representación como “una forma de conocimiento específico, el saber de sentido común”, “modalidades de pensamiento práctico” (Jodelet, 1984: 474-75), para Spink (2003: 118): “Las representaciones sociales, en cuanto forma de conocimiento son estructuras cognitivo-afectivas y, de esta forma, no pueden ser reducidas a su contenido cognitivo” (Spink, 2003: 118). Compartiendo este punto de vista, Guareschi y Jovchelovitch (2003: 21) reflexionan sobre el contenido de las representaciones sociales señalando que “...la TEORÍA DE LAS REPRESENTACIONES SOCIALES establece una síntesis teórica entre fenómenos que, en el nivel de la realidad, están profundamente ligados. Una dimensión cognitiva, afectiva y social están presentes en la propia noción de representaciones sociales”.

Con estas referencias se reconoce una preocupación por abrir el horizonte de comprensión de las representaciones sociales. Incluir la dimensión afectiva como constituyente de estas representaciones exige prácticamente también el reconocimiento de un sujeto multidimensional, que genera sentido social, no sólo desde la cognición, sino también desde la afectividad, la emoción, los sentimientos. Desde esta posición, la comprensión de las representaciones gana en complejidad, dado que estas ya no se entienden sólo como expresiones de conocimiento, sino también como manifestaciones de emotividad.

2.6.5 La dimensión simbólica de las representaciones sociales.

²¹⁰ Para Moscovici (2003: 10) las representaciones sociales no incluyen solamente expresiones del sentido común o saberes populares. En ellas quedan contenidas también otras formas de pensamiento como ideologías, manifestaciones religiosas y conocimientos científicos.

La teoría de las representaciones sociales se construye íntimamente vinculada a una teoría de los símbolos. Es por esta razón que se reconoce que las representaciones sociales son formas de conocimiento social que implican la presencia de dos caras articuladas: un plano figurativo y un plano simbólico²¹¹.

Podemos partir del presupuesto de que la práctica de los sujetos está impregnada de símbolos que se producen, circulan e intercambian en interrelaciones sociales continuas. En este sentido, esta práctica: “Es una referencia del mundo que garantiza la naturaleza creativa de la actividad simbólica, de tal manera que la experiencia de uno, ahora se mezcla con la experiencia de otros, genera continuamente la experiencia que constituye la realidad de todos” (Jovchelovitch, 2003: 74)

Las representaciones se estructuran a partir del uso de formas simbólicas que cumplen la función de representar una realidad de tal manera de hacer presente, de re-presentar en la conciencia, una realidad que está ausente²¹². El símbolo se constituye en la unidad mínima que como materia prima sirve para estructurar las representaciones. A través de la percepción, las representaciones se proyectan sobre la realidad y tienden a identificarse con ella²¹³

Los símbolos poseen características fundamentales. Morín los reconoce de la siguiente manera: mantienen una relación de identidad con la realidad simbolizada; generan una sensación de presencia real de lo simbolizado; concentran en sí una variedad de significaciones y de representaciones aparentemente ajenas, pero unidas por analogía; no dependen de las reglas formales de la lógica; y tienen un carácter y una función comunitaria que permite la significación compartida (Morín, 1988: 171-72)

Entonces, como acto, la representación implica *sustituir*, colocar en *lugar de*. De tal forma que la representación se constituye en la manifestación mental de un objeto²¹⁴, persona y/o

²¹¹ De la misma forma Jovchelovitch (2003: 71, 78) señala que: “Un análisis del campo conceptual de las representaciones sociales nos confronta, en el nivel de lo social, con dos dimensiones fundamentales de la actividad psicosocial: una relación con lo ausente y una evocación de lo posible” (Jovchelovitch, 2003: 78) Es aquí donde encuentra su lugar lo simbólico.

²¹² Dice Morín (1988: 118) que la representación “...emerge de representaciones cerebrales, pero se trata de una configuración mental que forma imagen...”. Está claro que los sujetos sociales representados en las narrativas televisivas se proyectan mediante el recurso fundamental de la imagen, pero la imagen no es sólo eso, sino que opera en su modalidad de texto discursivo configurado como una forma simbólica.

²¹³ : “Resucitada por y en la rememoración, la representación constituye, a pesar de su ausencia, la presencia concreta de los seres, las cosas y situaciones que ella evoca” (Morín, 1988: 170).

²¹⁴ La actividad representacional es un trabajo de la psique que se desarrolla a través de procesos inconscientes que Freud llama condensación y dislocamiento. “Para Freud, la materia prima de la psique no tiene como expresarse de forma directa y el modo de expresión posible es exactamente el de la representación, donde las pulsiones encuentran formas sustituitivas en diferentes objetos” (Jovchelovitch, 2003: 77)

acontecimiento real o imaginario. De ahí que la representación se estructure a partir de relaciones inseparables entre significantes y significados y se objetive como materialización concreta de estos significados. Es así que: “Los símbolos presuponen una capacidad de evocar presencia a pesar de la ausencia, ya que su característica fundamental es que ellos significan otra cosa” (Jovchelovitch, 2003: 74)

Desde otra perspectiva (espacio potencial, Winnicott), se entenderá que los símbolos se desenvolverán sobre y con una actividad representacional. El sujeto construye y se construye en relación con un mundo de significados. Sus representaciones resultan de su relación con otros. Los símbolos aparecen como “(...) pedazos de realidades sociales movilizados por la actividad creadora de sujetos sociales para dar sentido y forma a las circunstancias en las que ellos se encuentran” (Jovchelovitch, 2003: 78)

La dimensión simbólica del mundo social se manifiesta de manera nítida en las construcciones lingüísticas de los sujetos. Existe una relación íntima entre representaciones y lenguaje. Las palabras y las enunciaciones sirven para nombrar e indicar las cosas de la realidad, pero también para evocar lo ausente. De esta manera, los diferentes lenguajes utilizados cumplen una doble función: la instrumental-sígnica, que indica, y la simbólica-subjetiva, que evoca. Bajo esta lógica es que se entiende que los símbolos tengan la capacidad de crear un objeto representado.

2.6.7 Individuo-sociedad y dimensión cognitiva de las representaciones sociales.

Centrar la reflexión sobre las representaciones sociales en su dimensión cognitiva implica reconocer presupuestos como los siguientes: “Cuando las personas comprenden el discurso, los mensajes hablados o impresos no se copian meramente en sus mentes. Más bien, la mente humana construye en forma activa diversos tipos de representaciones cognitivas (esto es, códigos, rasgos, significados, conjuntos estructurados de elementos) que interpretan el input lingüístico. Estas representaciones cognitivas pueden incluir palabras, sintaxis, semántica oracional, actos de habla, patrones de diálogo, estructuras retóricas, pragmática, mundos reales e imaginarios y muchos otros niveles...” (Graesser, Gernsbacher y Goldman, 2000: 417) Esto permite entender que la mente humana cumple un papel activo en la medida que procesa la información recibida y crea formas de interpretación haciendo uso de diferentes tipos de

representaciones. Algunos de los procesos mentales que permiten la construcción de estas representaciones “(...) incluyen el acceder a las palabras en el léxico mental, activar conceptos en la memoria a largo plazo, buscar información, comparar estructuras que están disponibles en la memoria de trabajo, y construir estructuras agregando, eliminando, reordenando o conectando información. Algunos procesos cognitivos se ejecutan en forma automática o inconsciente, y a una gran velocidad (que se mide en milisegundos). La ejecución de otros procesos cognitivos es deliberadamente consciente y lenta (se mide en segundos)” (Graesser, Gernsbacher y Goldman, 2000: 418) La asociación que se entre una palabra y la construcción de un significado requiere de menos tiempo si se cuenta con un tipo de representación que se encuentre presente en el sujeto encargado de interpretarla. Por ejemplo, se considera que los discursos narrativos que incluyen referencias a la cotidianidad de los sujetos favorecen más las representaciones que los discursos expositivos.

Otra manera de abordar la dimensión cognitiva de las representaciones sociales es articularlas a su dimensión social. Una aproximación al sentido del concepto de cognición social puede quedar expresada de la siguiente manera: “Muchos psicólogos sociales utilizan el término ‘cognición social’ para hacer referencia al procesamiento mental de la información acerca del mundo social²¹⁵. Como se puede observar a partir de este texto, el carácter social de la cognición puede referirse a diferentes niveles y fases: el carácter de la realidad que sirve como referente para la construcción de las representaciones; los procesos de percepción que los sujetos hacen de sí y de los otros; o el lugar cultural y las modalidades de interacción social entre los sujetos en su proceso de percepción.

El reconocimiento del carácter social de la cognición va aparejada de una caracterización del discurso como expresión cultural de los sujetos y de la sugerencia para indagar la relación entre formas de discursividad y metas propuestas por los sujetos como grupo (Candor y Antaki, 2000: 454). Para lograr esta recuperación se plantea que los investigadores “(...) desglosen las preguntas relacionadas con las experiencias personales en ‘trozos’ que se correspondan con la

²¹⁵ En este caso, el término ‘social’ se refiere a los objetos de la cognición (esto es, personas, antes que animales, objetos inanimados o conceptos abstractos), y el interés está centrado en los mecanismos psicológicos que hacen posible que los individuos se perciban a sí y a los demás en formas y en circunstancias particulares. Por otro lado, algunos teóricos utilizan el término ‘cognición social’ para hacer referencia al interés que despierta la naturaleza social de los perceptores y la construcción social de nuestro conocimiento del mundo...En este caso, el interés se concentra en el modo como las personas, en tanto miembros de culturas o grupos particulares, perciben y describen el mundo social, y en la forma en que se lo piensa o describe en el curso de la interacción social” (Candor y Antaki, 2000: 454)

forma en que esta información fue codificada, o en la forma en que puede ser recuperada de la memoria (...)” (Candor y Antaki, 2000: 457)

Por otro lado, se tiene como referencia lo siguiente: “Los enfoques mentalistas de la cognición social asumen que la categorización es un atributo básico de los procesos mentales humanos (y quizá no humanos)” (Candor y Antaki, 2000: 458). Se parte del reconocimiento del mundo como fuente de innumerables estímulos que exigen respuesta de parte de los sujetos. Con el propósito de simplificar la tarea de comprender y responder ante estos estímulos, los sujetos hacen uso de categorías generales, que en tanto estructuras mentales que operan inconscientemente, le permitan organizar de manera determinada la información que proporciona el mundo y orientar su actuación sobre éste²¹⁶.

La explicación social de la cognición puede agruparse en tres perspectivas generales, que mantienen interconexiones: la que reconoce a los individuos como portadores de culturas e ideologías compartidas; la que considera a los sujetos como miembros de grupos distintos, pero con intereses particulares compartidos; los que ponen atención en los procesos de intercambio interpersonal y la construcción colectiva de la realidad social (Candor y Antaki, 2000: 465) Bajo esta lógica, algunas tendencias colocadas en este nivel social de análisis consideran que las creencias y las percepciones de los individuos son fenómenos ideológicos antes que simplemente fenómenos cognitivos. El pensamiento y el lenguaje, reflejan la herencia social de los sujetos enunciatarios. Las formas de pensamiento no son resultado exclusivamente de procesos de estructuración lógica individual, sino de la actuación de la cultura en la dotación y construcción de sentido. De la misma manera en que los procesos cognitivos pueden dar cuenta de las expresiones discursivas de los sujetos, también los discursos pueden develar los procesos cognitivos que se encuentran en la base de su construcción y expresión. El pensamiento y la discursividad generada por los sujetos expresa la identidad colectiva desde la que está posicionando su discurso y la manera en que esta identidad queda manifiesta en el discurso emitido. La comprensión de este proceso ha de partir de reconocer la importancia de la

²¹⁶ Sobre la base de este presupuesto se puede entender que “...las personas construyen planes bastante bien articulados de las situaciones rutinarias y de sus comportamientos acompañantes. Estos planes no sólo entran en operación para hacer que nuestras vidas transcurran más fluidamente, sino que son formas siempre disponibles...de interpretar el mundo social que nos predisponen a ver la realidad a través de dichos moldes” (Candor y Antaki, 2000: 462) La limitación del modelo mentalista de la cognición social es que busca la explicación de manera determinista, a partir de los procesos mentales individuales, propios de cada sujeto.

interacción personal de los sujetos a partir de la lengua como forma compartida de entender y expresar la realidad.

Ahora bien, para comprender el carácter y la dinámica de construcción de las representaciones sociales es necesario asumir una postura dialéctica en la reflexión de la relación entre individuo y sociedad. Las representaciones del sujeto no se pueden explicar exclusivamente a partir de criterios fisiológicos o de visiones estructurales. Las cogniciones sociales resultan de la inter-retro-acción de la dimensión individual y social de los sujetos²¹⁷. Colocada en esa posición, Jovchelovitch sugiere considerar a las mediaciones sociales como una dimensión necesaria para la comprensión analítica de las representaciones sociales. Plantea que las mediaciones sociales generan las representaciones sociales, por eso estas son sociales, tanto en su origen como en su forma de ser. Así, las representaciones sociales no sólo surgen a través de mediaciones sociales, se tornan, ellas mismas en mediaciones sociales. (Jovchelovitch, 2003: 81) Debido a esto es que “(...) el análisis de las representaciones sociales debe concentrarse en aquellos procesos de comunicación y vida, que no solamente los engendran, sino que también les confieren una estructura particular. Esos procesos (...) son procesos de mediación social. Comunicación y mediación entre un mundo de perspectivas diferentes, trabajo y mediación entre necesidades humanas es un material bruto de la naturaleza, ritos, mitos y símbolos son mediaciones entre la alteridad de un mundo frecuentemente misterioso y un mundo de intersubjetividad humana: todos revelan en una u otra medida la búsqueda de sentido y significado que marca la existencia humana en el mundo” (Jovchelovitch, 2003: 81) También destaca que el análisis de las representaciones sociales debe hacerse bajo criterios de totalidad, en la medida que lo social se caracteriza por una dinámica que es diferente a un agregado de individuos.

Para entender el carácter social de los procesos que cristalizan en construcción de representaciones, es necesario recurrir a la reflexión sobre la función que cumplen las instituciones en la concreción de esta tarea. Éstas desempeñan un papel fundamental; “(...) todas

²¹⁷

No se debe perder de vista que las experiencias de cada uno de los sujetos provienen de prácticas individuales, sí, pero con contenido social. Es de esta manera que se puede entender que “...la teoría de las representaciones sociales se articula tanto con la vida colectiva de una sociedad, como con los procesos de construcción simbólica, en los cuales los sujetos luchan para darle sentido al mundo, entenderlo y encontrar su lugar a través de una identidad social” (Jovchelovitch, 2003: 65). Pero, también, dicha teoría vincula a las representaciones con los procesos culturales: “...las representaciones sociales no pueden ser directamente ecuacionadas a la actividad representacional *per se*...los procesos que engendran las representaciones sociales están embebidos en la comunicación y en las prácticas sociales: diálogo, discurso, rituales, patrones de trabajo y producción, arte, en suma, cultura” (Jovchelovitch, 2003: 79)

las culturas que conocemos poseen instituciones y normas formales que conducen, de una parte, a la individualización, y de otra, a la socialización. Las representaciones que ellas elaboran cargan la marca de esta tensión, confiriéndole un sentido y procurando mantenerlo en los límites de lo soportable. No existe sujeto sin sistema ni sistema sin sujeto. El papel de las representaciones fragmentadas es la de asegurar su coexistencia y posibilidad” (Moscovici, 2003: 12)

2.6.8 Función social de las representaciones.

Las representaciones cumplen funciones cognitivas-socioculturales y de poder básicas como: la de integración de la novedad; la de interpretación de la realidad; y la de orientación de las conductas y de las relaciones sociales de los sujetos. Y es que: “Las representaciones sociales emergen de ese modo como proceso que al mismo tiempo desafía y reproduce, repite y supera, que es formado, más también forma la vida social de una comunidad” (Jovchelovitch, 2003: 82)

Las representaciones tienen repercusiones en el comportamiento social de los sujetos en la medida que se constituyen en una guía para conducirse ante el *otro*, ante el semejante o ante el diferente, ante lo nuevo e incierto o ante lo conocido y certero. Son formas de construcción y de re-construcción desde el poder o desde el no poder. Más allá de lo aparente: “El conocimiento del mundo social y, más precisamente, de las categorías que los posibilitan es lo que está verdaderamente en juego en la lucha política, una lucha inseparablemente teórica y práctica por el poder de conservar o de transformar el mundo social conservando o transformando las categorías de percepción de ese mundo” (Bourdieu, 1990: 290). Poder decir, es poder poder²¹⁸.

Las representaciones de los sujetos y otras realidades resultan de procesos clasificatorios y de construcciones simbólicas con contenido político, en la medida que se hacen desde

²¹⁸ Las representaciones modifican el funcionamiento cognitivo de los sujetos, en la medida que, por ejemplo, activan ordenamientos sociales de la memoria colectiva; desarrollan cosificaciones de la historia y de las relaciones sociales; y son un medio de comprensión del *otro* y un recurso para asignarle un lugar en el escenario social y cultural. Estas modificaciones cognitivas operan no sólo en los destinatarios de las representaciones, sino en los mismos sujetos representados y en los propios generadores de las representaciones. Cada cual, al caracterizar al otro y estatuirle un espacio y una función social, implícitamente se auto-asigna una jerarquía y una función para sí. Es aquí donde se expresa con mayor claridad la dimensión ideológica de las representaciones: “La reificación de las relaciones sociales, o la ‘naturalización’ discursiva de las circunstancias y productos históricamente contingentes de la acción humana, es una de las dimensiones principales de la ideología en la vida social”, plantea Giddens (1995: 62). O en palabras de Martín-Barbero: “Lo que se ve no se aloja, no cabe jamás en lo que se dice...la esencia de la representación no es lo que da a ver, sino la invisibilidad profunda desde la que vemos, y ello a pesar de lo que creen decirnos los espejos, las imitaciones, los reflejos, los engaña-ojos “ (Martín Barbero, 2004:24-25)

posiciones de poder y con objetivos de conservar y acrecentar dicho poder²¹⁹. Porque en esencia, no hay representaciones ingenuas, sin compromiso, en tanto que cada una de ellas al mismo tiempo que se articula a una percepción ideológica simultáneamente se constituye en un sistema de referencia que ayuda a construir otras interpretaciones, que sirven para reforzar el sentido de lo esperado o para otorgar sentido a lo inesperado. Afirma Bourdieu lo siguiente: “Si las relaciones de fuerza objetiva tienden a reproducirse en las visiones del mundo social que contribuyen a la permanencia de estas relaciones, podemos concluir que los principios estructurales de la visión del mundo radican en las estructuras objetivas del mundo social y que las relaciones de fuerza están también presentes en las conciencias con las formas de las categorías de percepción de estas relaciones” (Bourdieu, 1990: 290).

Es necesario relacionar las representaciones sociales con las estrategias cognitivas que despliegan los sujetos en su proceso de vínculo con una realidad compleja, cada vez más cambiante e incierta. A través de éstas, los sujetos buscan extraer información de un mundo de con mensajes entrecruzados; representar correctamente una situación para construirse certezas; evaluar eventualidades sociales, naturales y personales y prever escenarios de acción probables²²⁰. Ante un mundo complejo y diverso, las estrategias de conocimiento utilizadas por los sujetos buscan clarificar la significación de su realidad social a través de medidas como seleccionar lo que presenta interés y eliminar lo ajeno a las finalidades de su conocimiento en circunstancias concretas en que se presentan las narrativas televisivas; procesar lo estable y cierto de la realidad representada, y evitar lo incierto y ambiguo; y producir conocimiento que le sirva para la acción, teniendo como referencia las representaciones socialmente aprehendidas²²¹.

²¹⁹ Bourdieu dibuja plásticamente este proceso cuando dice: “Las clases existen dos veces, una vez objetivamente y otra en la representación social más o menos explícita que se forman los agentes y que es una cosa de las que están en juego. No es lo mismo decirle a alguien ‘esto te pasa porque tuviste una mala relación con tu padre’, que decirle ‘esto te pasa porque eres un proletario y te están robando la plusvalía’” (Bourdieu, 1990: 96).

²²⁰ En palabras de Reguillo: “...el discurso es una empresa abierta en la que los actores recurren a diferentes estrategias como ‘instancias específicas de decisión’...estrategias que permiten ‘usar’ las reglas de la ‘formación discursiva’ de maneras diversas, pero nunca al margen del contexto de enunciación. Y en estas ‘maneras diversas’, el discurso se despliega no como una sucesión de códigos, sino como producción de sentidos” (Reguillo, 2000: 53)

²²¹ En este sentido cabe destacar que para Jovchelovitch (2003: 81) “Las representaciones sociales son una estrategia desenvuelta por los actores sociales para enfrentar la diversidad y la movilidad de un mundo que, ahora pertenece a todos, trasciende a cada uno individualmente. En ese sentido, ellas son un espacio potencial de fabricación común, donde cada sujeto se vale de su propia individualidad para entrar en un dominio diferente...” Abonando a esta misma reflexión, Rossana Reguillo señala que: “El modo como los actores sociales negocian, se oponen o apropian, desde posiciones específicas, de las reglas de la formación discursiva y del juego que realizan a partir de sus posiciones diferenciales en el campo discursivo, da origen a lo que llamamos aquí *estrategias discursivas*, que no refieren, como es posible apreciar, a un uso particular del lenguaje, aunque lo suponen, sino a las dimensiones subjetivas que los actores despliegan en el orden sociodiscursivo” (Reguillo, 2000:54)

Colocada la reflexión en un plano epistemológico, apoyamos el decir que “...la TEORÍA DE LAS REPRESENTACIONES SOCIALES nos presenta nuevas posibilidades. En primer lugar, porque contra una epistemología del sujeto ‘puro’, o una epistemología del objeto ‘puro’, la TEORÍA DE LAS REPRESENTACIONES SOCIALES centra su obrar sobre las relaciones entre los dos. Esta recupera un sujeto que, a través de sus actividades de relación con el objeto-mundo, construye tanto el mundo como a sí mismo” (Guareschi y Jovchelovitch, 2003: 19)

Considerando este recorrido podemos señalar lo que entendemos por representaciones sociales en este trabajo: *Las representaciones sociales resultan de prácticas cotidianas de sujetos inter-retro-activos, que se desenvuelven en contextos históricos, sociales y culturales específicos. Son construcciones inter-subjetivas, colectivas, institucionalizadas, estructuradas y mediadas por posiciones de poder. Se objetivan a través del lenguaje. Son formas simbólicas abarcadoras con referentes cognitivos, afectivos, ideológicos y sociales, que se constituyen a partir de diferente tipo de saberes, y que adoptan una organización lógica donde se hacen presentes elementos tanto de dominación, de aceptación, como de resistencia. Producen saberes, discursos, explicaciones, comprensiones, sentidos y certezas sobre la realidad. Además de que comunican, evalúan, prevén, orientan, median, cosifican, y activan ordenamientos y memoria.*

2.6.9 Las representaciones televisivas como categoría de análisis.

Sobre esta base conceptual, enseguida intentamos construir la categoría de *representaciones televisivas* considerando diferentes niveles: el de su construcción, que implica apropiarse del conjunto de prácticas que median en la conformación de un programa televisivo, que en tanto narrativa, es portador de representaciones sociales; el de su proyección, que atiende las configuraciones que adopta la narrativa al nivel de estrategias, técnicas y recursos audiovisuales para su circulación; y el de la lectura, comprensión, internalización y activación que realiza el televidente, mediado por sus propios contextos.

Las narrativas televisivas son espacios discursivos de representación de sujetos, prácticas, subjetividades, relaciones, temporalidades e instituciones. Además de contener representaciones de otras representaciones, generan las representaciones de sí mismas y favorecen la construcción

de otras representaciones. Las narrativas televisivas se expresan en relatos que representan realidades e informan sobre ellas, y se aventuran en explicaciones que buscan hacerlas comprensibles en los televidentes, apuntaladas en las propias posiciones de poder de los productores y conductores, y de la misma institución televisiva.

Las representaciones televisivas poseen un carácter histórico. Esto exige entenderlas en los contextos en los que se desarrolla su percepción y construcción. Las representaciones sociales generadas a partir de las narrativas televisivas están mediadas por los contextos sociales en que se desenvuelven tanto los sujetos-productores y conductores, los sujetos-representados en las narrativas y los sujetos-televidentes; por los referentes culturales desde los cuales se construyen dichas representaciones, entre los que se encuentran las formaciones culturales de los tres tipos de sujetos; y por el tipo de codificaciones, valores y elementos ideológicos que contribuyen a configurar la representación, también en los tres tipos de casos.

Las representaciones televisivas son una expresión particular del conjunto de las representaciones sociales. Por su forma, ambos tipos de representación se presentan como individuales, aunque en realidad son resultado de un proceso construido y compartido colectivamente. El carácter social-colectivo de las representaciones no sería posible si los sujetos no se desarrollaran como sujetos en inter-retro-acción cultural y comunicativa, que les permite generar e intercambiar significaciones sobre el mundo²²². En la medida que este intercambio se rutiniza y crea habituaciones, con ordenamientos y ritualizaciones, es que se institucionaliza. Las instituciones permiten la producción y la reproducción, entre otras cosas, de las representaciones. Las representaciones televisivas asumen carácter institucional en el momento que su proceso de producción se regula normativamente y se reproduce bajo esas mismas características. Entendidas de esta manera podemos decir que las representaciones televisivas cristalizan en sí dos modalidades de institucionalización: la proveniente del campo de lo social y la que resulta del campo institucional-televisivo desde donde se produce.

²²² Si el conocimiento no es un producto cognoscitivo individual, sino la resultante de una construcción social. La clave para comprender las representaciones televisivas, no está en las representaciones mismas, sino en las prácticas, históricamente condicionadas de los productores y conductores. Ninguna de las representaciones que se hacen presentes en la producción, la circulación y la recepción de las narrativas televisivas son resultado exclusivo de procesos cognitivos de los sujetos que participan en estas fases de intercambio comunicativo. Tanto las representaciones sociales como las representaciones televisivas se construyen por sujetos individuales, pero tienen un carácter social en su construcción. Surgen desde la cotidianidad, y están marcadas por las doxas propias de la operación del sentido común. Son “Una manera de interpretar y de pensar nuestra realidad cotidiana, una *forma de conocimiento social*” (Jodelet, 1984: 473). Los productores poseen una responsabilidad institucional sobre las representaciones que proyectan de los sujetos sociales representados, sin embargo la representación que ellos construyen es de carácter social en varios sentidos: se refieren a sujetos en sociedad; retoman problemáticas sociales asociadas a dichos sujetos; y son proyectadas a través de un medio público pensando en televidentes que también se caracterizan como sujetos sociales.

Cualquier intento de explicación de la dimensión institucional de las representaciones televisivas debe contemplar el abordaje de estos dos niveles.

Las representaciones televisivas son una expresión de la subjetividad de los productores y conductores, y entran en inter-retro-acción con las representaciones de los televidentes. El carácter complejo de este vínculo hace que la relación entre representación del productor-representación televisiva-y representación del televidente sea recursiva, de mutuo condicionamiento y construcción. De la misma manera se puede entender que estas representaciones nacen de una relación de conocimiento entre un sujeto y un objeto colocados en circunstancias históricas específicas²²³.

Sería equivocado considerar que la relación entre representaciones televisivas y televidente se da de manera lineal y unilateral. El televidente no se comporta como un sujeto pasivo, sino activo, constructor material y mental en muchos sentidos. El televidente proporciona al productor televisivo las representaciones que están en la base de la construcción de todas sus narrativas y representaciones televisivas²²⁴.

Las representaciones sociales y televisivas son una producción mental que se desarrolla como una forma de aprehensión de acontecimientos, situaciones, entornos y personas y que se traduce en conocimientos prácticos y del sentido común. Esto es posible, en la medida que: “La representación es una síntesis cognitiva dotada de las cualidades de globalidad, coherencia, constancia y estabilidad” (Morín, 1988: 118). Por estas razones las representaciones de los sujetos sociales que se proyectan en las narrativas televisivas pueden tener una utilidad práctica para los televidentes en la medida que les proporciona una visión sobre aspectos de la realidad que pueden resultar de interés para ellos, y en tanto que mantengan una coherencia, pueden pasar por soluciones para la realidad misma.

Las representaciones televisivas no sólo poseen una dimensión de conocimiento, sino también una dimensión afectiva. El productor de narrativas audiovisuales construye estos productos poniendo en marcha el conjunto de dimensiones (biológica, psíquica, lúdica,

²²³ Si el sujeto es el productor el objeto es el sujeto social que como referente es re-presentado en la narrativa televisiva producida por éste. Pero si el sujeto es el televidente el objeto, es la imagen proyectada sobre el sujeto social representado.

²²⁴ Proporciona narrativas para ser representadas discursivamente en la pantalla. Genera prácticas que se orientan por sus propias representaciones y por las representaciones proyectadas en la pantalla televisiva. Ni el productor ni los televidentes son entes separados del mundo real. En él conviven, como coexisten con las representaciones que sobre este mundo forman, intercambian y negocian.

creadora, impulsiva, etc.) que el configuran como sujeto. De la misma manera las representaciones que generan objetivan estas dimensiones en los lenguajes televisivos que utiliza el sujeto-productor/conductor en su construcción.

La representación audiovisual que los productores hacen de un sujeto, se constituye en la expresión material-perceptible de representaciones antes imperceptibles de esos mismos sujetos. La imagen que aparece en la pantalla televisiva proyecta una representación al mismo tiempo que oculta procesos²²⁵. De esta manera, en la representación que los televidentes construyen sobre los sujetos representados se diluye la responsabilidad del productor y del conductor en la configuración de esas representaciones. En el mejor de los casos la representación aparece como resultado de un trabajo individual de percepción, alejado de todo proceso que implica relaciones sociales y manifestaciones subjetivas articuladas al producto, aunque en apariencia separadas de él. Esta situación de nubosidad también se presenta en el productor y del conductor. Pocas veces éste reconoce en la representación que hace de los sujetos sus propias representaciones que sirvieron de guía para construir lo que se proyecta en pantalla, ni de que su propio producto televisivo es resultado de un proceso encadenado de representaciones socialmente construidas. En la recepción que el televidente realiza de las representaciones que se le proyectan hacen su aparición representaciones pre-existentes, construidas, interiorizadas y sedimentadas a partir de experiencias previas. Lo que hacen los televidentes es realizar una lectura de las representaciones televisivas, desde otras representaciones sociales acumuladas, nunca en ausencia de ellas²²⁶.

Las características de cuasi-realidad, dinamismo e instantaneidad de las imágenes televisivas favorecen los procesos de síntesis narrativa audiovisual que se construye sobre la realidad proyectada en forma de representación. Pero las imágenes de las narrativas televisivas no sólo

²²⁵ No todo televidente se coloca en una posición reflexiva que le permita comprender que lo que ve en la televisión es una objetivación en lenguaje de formas de subjetividad de los productores. La representación que se hace de los sujetos en una narrativa televisiva, tiene su antecedente en representaciones construidas por los productores y conductores, en las que median sus propias formaciones culturales. Entonces, lo que ve el televidente no es la realidad, sino la representación de lo que los realizadores consideran que se debe proyectar como realidad.

²²⁶ Aunque la realidad resulta de un proceso de construcción social, no es lo mismo realidad real construida, que la realidad representada en las narrativas televisivas. La cosificación de las representaciones televisivas hacen que éstas tiendan a considerarse como la realidad misma, y no como lo realmente son: una construcción que se ha hecho sobre ella. Esta falta de diferenciación entre realidad y representación ocurre entre los productores respecto a la imagen que construyen sobre los sujetos de representación. En los mismos sujetos representados que ven su imagen construida en pantalla, y creen que son ellos y no su imagen la que ahí aparece. Como en los televidentes que creen ver a sujetos reales cuando lo cierto es que lo único que perciben es su imagen, el “fantasma” creado por ellos mismos. Por ejemplo, Para la inmensa mayoría de los televidentes un grupo de jóvenes proyectado en una narrativa televisiva no es una representación de “un grupo de jóvenes” sino son los jóvenes mismos como realidad en sí.

son síntesis de forma, sino también de contenido. Se erigen en síntesis de significaciones sociales, que se traducen en un sentido intencionadamente construido.

Desde la propuesta de Jodelet, las representaciones televisivas se pueden asociar a imágenes que resultan de procesos de abstracción social de la realidad efectuada por el productor televisivo. Estas imágenes que proyecta la televisión se erigen en una forma de conocimiento práctico y de sentido común, portador de significaciones, que son útiles para los televidentes en tanto que les permiten ordenar la realidad y tratar de comprenderla. El sentido generado, desde las representaciones televisivas, dotan a los televidentes de herramientas para la comprensión y el otorgamiento de sentido a su mundo. Les proporcionan elementos, niveles y rutas de clasificación de viejas y nuevas realidades. A través de procesos, también analógicos, los televidentes articulan los sentidos ofertados por las narrativas con sus propias experiencias, buscando dar solución a sus incertidumbres de vida, que son, en esencia, incertidumbres de sentido. Asimismo, las representaciones televisivas apoyan el proceso de búsqueda y construcción de sentido de vida de los televidentes. Favorecen su tarea de auto-representación y construcción identitaria/diferenciación de los otros. Es así, que las representaciones televisivas son tomadas por los televidentes como referentes para comprender y actuar sobre la realidad, y para comprenderse en su función actuarial en esta misma realidad. Se destaca que, de la misma manera que las representaciones televisivas resultan de la confluencia de mediaciones de muy variado tiempo, ellas mismas operan como mediación de las prácticas y las representaciones de los televidentes y de los propios productores y conductores.

Las representaciones sociales que se generan desde la televisión no tendrían ninguna repercusión en el televidente si no se basaran en procesos de construcción analógica donde las representaciones pueden ser asemejadas con la realidad en sus diferentes expresiones. El lenguaje audiovisual permite hacer parecer como real lo irreal o transformar las dimensiones de lugar, tiempo, forma y movimiento de esa misma realidad. La analogía está en la base de toda construcción representacional televisiva²²⁷. Por eso, las representaciones televisivas no son elementos insulsos a los que se ha de despreciar calificándolos como “telebasura”, pues estas

²²⁷ Es común encontrar narrativas televisivas donde se generan representaciones resultado de combinar creencias con conocimientos fundados. Esta combinación contradictoria no resulta de una inconsistencia formal de las representaciones televisivas. Proviene del mismo mundo social plagado de contradicciones, donde los propios sujetos entrelazan cotidianamente *doxas* con formulaciones científicas.

representaciones son formas de conocimiento social. Poseen descripciones e interpretaciones, basadas tanto en el sentido común, como en operaciones lógicas y reflexivas.

Las visiones que se encuentran contenidas en las representaciones televisivas y en los propios televidentes se vuelven perceptibles a través de lenguajes (palabras, sonidos, imágenes, colores, formas, tamaños, volúmenes, secuencias). Es por medio de estas formas de objetivación que se expresan las creencias, los sentimientos y las prácticas tanto de los productores y conductores, como de los televidentes. Estos lenguajes expresan tanto formas de conocimiento y de creencias, como de interacción y estructuración social. De la misma manera el lenguaje da cuenta de las posiciones de poder que se hacen presentes en las representaciones y en las narrativas en las que se materializan.

Las representaciones televisivas a pesar de su intento de presentar evidencias e interpretaciones, en la inmensa mayoría de los casos son incapaces de rebasar la configuración fragmentada y fragmentadora de la realidad que proyectan. Fragmentación que significa algunos o todos estos niveles: deslocalización y destemporalización de los acontecimientos; invisibilización de sujetos; ausencia de procesos; ocultamiento de contradicciones; y desarticulación de aspectos, niveles y fases de expresión de la realidad proyectada. Configuración fragmentadora en la medida que favorece en los televidentes una comprensión simplificada, a-histórica y abstraída de los procesos estructurales y subjetivos de la realidad.

Ni las representaciones sociales ni las representaciones televisivas son únicas y homogéneas. En el terreno social se desarrolla una lucha entre los individuos, los grupos y las sociedades por la legitimidad de las representaciones sobre el mundo y la vida. Esta lucha se desarrolla desde posiciones de clase y grupo. Estas contradicciones sociales toman cuerpo en las representaciones sociales y televisivas en forma de elementos opuestos que coexisten y luchan entre sí. De donde resulta que las representaciones se conforman como campos discursivos subjetivos de tensión entre posiciones encontradas. Además de las contradicciones internas que caracterizan a toda representación, éstas tienen que confrontarse constantemente con otras representaciones y con la realidad misma a la que hacen referencia²²⁸.

²²⁸ De esto resulta un entramado de tensiones entre elementos de la representación, entre una y otras representaciones y entre representaciones y realidad. Esto explica el por qué dentro de una misma representación pueden existir elementos que impugnen el sentido que se quiere dar a la realidad representada o por qué en un mismo campo de representación se desarrolle la lucha entre representaciones tradicionales y representaciones de resistencia y/o alternativas a las representaciones dominantes. Lo que decimos es plenamente aplicable tanto a las representaciones televisivas como a cualquier tipo de representación.

Las representaciones proyectadas en las narrativas televisivas se expresan en formas variadas. Hay representaciones que se materializan a través de expresiones verbales, sonoras, visuales, espaciales, musicales, y kinestésicas. Estas manifestaciones condensan significados, en la medida que producen sentido social y se objetivan en informaciones, imágenes, opiniones y actitudes que responden a determinadas concepciones sobre el mundo. De cualquier manera, en su expresión estas representaciones incorporan en su lenguaje categorías sociales. Este lenguaje audiovisual de los productores, conductores y especialistas, como forma de enunciación, no sólo nombra, sino que, además, categoriza desde posiciones de poder adquiridas y legitimadas por los sujetos enunciatarios y constructores de las representaciones, aún antes de ejecutar la enunciación misma: “En la lucha simbólica por la producción del sentido común o, más precisamente, por el monopolio de la nominación legítima como imposición oficial –es decir, explícita y pública- de la visión legítima del mundo social, los agentes comprometen el capital simbólico que han adquirido en las luchas anteriores y principalmente todo el poder que poseen sobre las taxonomías instituidas, inscritas en las conciencias o en la objetividad, como títulos” (Bourdieu, 1990: 294) Se entenderá, entonces, que las narrativas televisivas incluyen representaciones de los sujetos, que resultan de procesos clasificatorios y de construcciones simbólicas con contenido político, en la medida que se hacen desde posiciones de poder y con objetivos de conservar y acrecentar ese poder²²⁹.

Las representaciones televisivas contienen los rasgos que caracterizan a una representación social en su sentido general: las representaciones tienen como referencia a las narrativas, que tienen como referente las formaciones culturales de los productores y las narrativas y representaciones de los propios televidentes; las representaciones televisivas se refieren a algún aspecto de la realidad que resulta significativo para una parte del público televidente; se construyen a partir de poner en funcionamiento la imaginación que da cuerpo a las narrativas que las contienen; no sólo resultan de un proceso de construcción, sino que coadyuva a que los

²²⁹ En este sentido, las representaciones televisivas pueden pensarse como una forma de conocimiento social, que hacen uso de categorías que sirven para tipificar sujetos, circunstancias y fenómenos. Los sujetos pueden presentarse como parte de los “pobres”, “marginados”, “inconformes” o de “los especialistas”, “académicos”, “eruditos” e “investigadores”. Las circunstancias pueden proyectarse como parte de realidades de “consumo”, “tecnologías”, “ciencia”, “avances científicos”. Mientras que las representaciones se pueden dirigir a proyectar fenómenos como “el stress”, “el folclore”. “los rituales” o “la vida natural”. Pero no sólo se categorizar realidades sino que, además, las representaciones de los sujetos en las narrativas televisivas incluyen perspectivas que establecen hechos sobre lo representado. Entonces se entenderá cómo en un programa de televisión puede representarse a un campesino, categorizándolo como “trabajador”, y presuponiendo que “el trabajo” es un hecho indisoluble al sujeto social-campesino representado. En ningún momento se problematiza el origen, el significado y las consecuencias de este “trabajo”. Es en este sentido que podemos plantear que las representaciones favorecen procesos de legitimación a partir de procesos de naturalización, de *biologización* de lo social. Esto da pertinencia a lo dicho por Bourdieu en términos de que: “La representación subjetiva del mundo social como legítimo forma parte de la verdad completa de este mundo” (Bourdieu, 1990: 85).

televidentes realicen con ellas sus propias formas de construcción representacional; y tienen su fundamento último en la estructura social local o global²³⁰.

Toda representación televisiva surge a partir de una narrativa discursiva de carácter simbólico. Las formas simbólicas se articulan en codificaciones de lenguaje televisivo para representar una realidad ausente que, sin embargo, se presenta como real o simplemente como posible. Pero los símbolos no son independientes de la construcción social de la realidad que realizan los sujetos. La construcción simbólica está presente en todos los actos que configuran la vida cotidiana. Con base en estos símbolos, en tanto significaciones culturalmente compartidas, los sujetos construyen sus lenguajes, que se expresan en discursividades, que se estructuran en formas de narrativas y relatos, que, a su vez, generan representaciones. Este recorrido implica una articulación recursiva de momentos y niveles de generación de sentidos que se desarrollan de manera infinita en la sociedad. Las representaciones televisivas son sólo la punta del iceberg de un entramado complejo de representaciones que simbólicamente se construyen y entrecruzan constantemente²³¹.

2.7 Una construcción sociocultural del televidente.

La audiencia puede ser entendida desde una óptica simplemente mercantil. En este terreno, para los anunciantes las audiencias “(...) son precisamente eso, potenciales consumidores de los productos y servicios ofertados por los medios” (Orozco, 1997: 31). Colocar este concepto en el campo de estudios de las audiencias de medios es adentrarse a un escenario donde se enfrentan

²³⁰ Para ejemplificar estos presupuestos, tómese en cuenta lo siguiente. Los *Maras Salvatruchas* no eran un grupo social de interés para los televidentes mexicanos hasta que fueron contruidos como noticia en algunos informativos. Lo irrelevante se convirtió en significativo cuando se enlistaron todos los rasgos y las prácticas de este grupo, y más aún, cuando en esos mismos noticieros se alertó sobre la presencia de los *Maras* en diferentes partes del territorio mexicano. Las imágenes que acompañaron la noticia cumplieron la función de “alejar ambigüedades”. A través de estas imágenes de representación de los *Maras*, los televidentes creyeron conocer la verdad sobre este fenómeno social, además de obtener información valorada como útil para actuar llegado el momento. Las estrategias se concretaron.

²³¹ Ese “hacer presente” de las formas simbólicas que constituyen las representaciones sociales es suficientemente claro en las narrativas televisivas. Las imágenes que se proyectan en la pantalla de los televisores generan en la conciencia de los televidentes la sensación de tener frente a sí la realidad misma, y no su representación. Las formas simbólicas que estructuran las narrativas informan sobre la realidad representada, al mismo tiempo que evocan realidades ausentes. Una narrativa televisiva donde se presente una calle empedrada indica significativamente ruta de tránsito, al mismo tiempo que evoca un entorno rural, campirano. O bien, imaginemos. Una mujer indígena se proyecta en un programa televisivo. Hace tortillas en su casa con un metate, un fogón y un comal. Un *close up* (acercamiento) permite ver la manera en que las gotas de sudor caen por su rostro. El reflejo del fuego se proyecta en su cara. El televidente no sólo está convencido de que está viendo a una indígena que tortea, sino que, prácticamente se siente en lugar de los hechos, con el calor y el cansancio respectivo. El televidente asocia los utensilios y recursos para producir tortillas con una práctica doméstica femenina. Muchos televidentes simultáneamente piensan lo mismo. Una voz en *off* (de fondo) dice “...millones de mujeres en el mundo siguen utilizando la mayor parte de su tiempo haciendo estas ricas y deliciosas tortillas”. El televidente se confunde, no sabe si reír o llorar. Cambia de canal y se come su rica hamburguesa. Cuestión de simbolismos y representaciones.

diferentes posturas. La audiencia se ha tratado de ser entendida a partir de variables como la edad, el género, la identidad, los medios y la situación de recepción.

Las tensiones entre las diferentes posturas analíticas resultan de la diferente manera de caracterizar y estudiar a la audiencia. En los estudios de comunicación, en un primer momento la pregunta fue sobre lo que hacían los medios de masas con las audiencias. La respuesta se caracterizó por su determinismo y reduccionismo. Los medios se concibieron como omnipotentes, mientras los públicos aparecían como pasivos y vulnerables ante los mensajes de los medios de masas. Posteriormente la pregunta se trasladó a indagar sobre lo que hacen las audiencias con los mensajes de los medios de masas. Desde la perspectiva de los estudios culturales el problema se formuló en los términos de considerar a la recepción en su relación no sólo con los medios, sino también con los contextos culturales, políticos, sociales, biológicos e institucionales cotidianos de los sujetos. En ese sentido, teniendo como referencia las perspectivas de Hall, Jensen, Martín Serrano, Martín-Barbero, Orozco y Fuenzaslida, la pregunta se plantea hoy en su modalidad de interrogar el tipo de interacción que se establece entre los medios y su audiencia (Orozco, 1991^a: 1, Orozco, 1991: 107). Esta nueva manera de preguntar y de responder a la relación entre audiencia y medios posee una significación para la tarea de construcción del campo comunicativo y connota una carga política, en tanto implica una toma de postura respecto a al poder presente en los procesos comunicativos mediáticos.

Se ha convertido en una necesidad el transparentar investigamente el sentido del concepto de audiencia, desplegándose como categoría de análisis susceptible de ser operacionalizada. Progresivamente el estudio de las audiencias se ha traducido en estudios más concretos que han permitido clarificar niveles, fases y procesos de la relación entre la audiencia y su consumo de medios. Tenemos el antecedente de la manera en que la “hipótesis del cultivo” aportó su cuota de análisis a la manera en que la televisión puede influir en la cultura de los televidentes²³². En el caso de México Orozco hace un recuento de la forma en que se han orientado los estudios de recepción televisiva en México.(2001)²³³

²³² Desde la hipótesis del cultivo se pensaba que “(...) la tv iba ‘cultivando’ en los teleadictos unas tendencias determinadas que finalmente erosionaban sus valores, sus costumbres y actitudes” (Orozco, 1991: 113). El propio Orozco reconoce que esta visión es limitada, en la medida que sólo considera una variable (el tiempo de exposición de la audiencia) pero no considera la variable del cómo ve la televisión y de qué manera negocia significados con este medio.

²³³ Este tipo de estudios se ha enfocado fundamentalmente a indagar sobre la dimensión educativa de la relación entre la televisión y las audiencias; a la dimensión ideológico-nacionalista de esta misma relación; a considerar la problemática de construcción de identidad nacional a partir del consumo televisivo; al papel que cumplen las variables de sexo, edad y niveles socioeconómicos en el tipo de recepción de los mensajes televisivos; a la relación entre necesidades infantiles y consumo de programas de televisión; a la función que cumplen los padres y los maestros

Como resultado de este itinerario de aproximación a la comprensión de la audiencia realizado por los estudios socioculturales, se han comenzado a prefigurar con mayor claridad algunos componentes estructuradores de este concepto: la audiencia está conformada por sujetos comunicantes, sociales y culturales, históricos, activos; la audiencia se construye en su relación con los medios, pero también con los contextos socioculturales e históricos; la audiencia realiza procesos de recepción y lectura de carácter contradictorio: la audiencia, desde posiciones críticas y desde posiciones alienantes re-semantiza los mensajes recibidos; el texto vive de la plusvalía de sentido que le incorpora la audiencia; el texto tiene en la audiencia una condición de su comunicabilidad y de su significación.

Lo sociocultural se constituye en una dimensión fundamental del televidente. A lo largo de sus experiencias de vida, los televidentes construyen una competencia cultural. Esta se puede entender si se considera la forma en que el carácter masivo de la televisión diluye las diferencias estructurales entre los sujetos televidentes, al mismo tiempo que tiende a unificarlos ideológicamente. Y como señala Martín-Barbero “(...) nos guste o no, es la noción misma de cultura, su significación social, la que está siendo modificada por lo que se produce en televisión” (Martín Barbero, 2004: 89). Desde los géneros utilizados la televisión activa la competencia cultural de sus receptores y manifiesta las diferencias sociales contenidas en dicha competencia. A través de sus géneros la televisión articula narrativamente sus series, y estas cumplen la función de articular la lógica de producción económica y la lógica de consumo, y entre la lógica de los formatos televisivos y los usos que el público hace de ellos.

La sociedad y la cultura se encuentran presentes en los sujetos singulares que actúan como televidentes. No hay sujetos que se relacionen con la televisión como recipientes vacíos, aislados y solitarios. Lo social y lo cultural estará presente objetivándose en el consumo, aun en el acto de recepción más individualizado. Desde sus formaciones culturales individuales, los sujetos seleccionan programas, horarios, tiempos, formas de consumo, y maneras de significar los mensajes recibidos. Como cada uno lo hace desde mediaciones distintas, lo que resulta es la configuración de diferentes tipos de audiencias televisivas. Entonces, no es correcto hablar de

en la interacción del niño con la televisión; a las dimensiones cognoscitiva, sociológica y afectiva presentes en la interacción entre audiencia y televisión; la educación para la recepción; la función de las mediaciones múltiples; a identificar la relación que se establece entre los frentes culturales y la identidad cultural; a la relación que existe entre el consumo televisivo y los espacios libres de los sujetos; a los usos y la re-semantización de la información política que operan los televidentes; y a la utilización que hace la familia de la información noticiosa de la televisión.

televidentes, en abstracto, sino de tipos de televidentes, en concreto. Con lo que queda descartada cualquier posición de esencialización de éste. El televidente se construye en procesos relacionales complejos, multidimensionales e históricos. Reconocer estas condicionantes abre la posibilidad de visualizar los estudios de recepción bajo una estructura que intente recuperar la complejidad de este tipo de proceso²³⁴. La comprensión del lugar y la función del televidente trasciende el simple estudio de la relación de éste con el mensaje y el medio y se inserta en la necesidad de democratizar la relación entre audiencia y medios.

Entonces, el televidente, se construye como una modalidad de la audiencia. Forma parte un conglomerado de sujetos que consumen mensajes televisivos de manera activa: ejerce prácticas de recreación de los mensajes donde pone a actuar tanto sus dimensiones física y mental, al mismo tiempo que se encuentra limitado por mediaciones estructurales de carácter objetivo; y consume mensajes en situación, mediado por experiencias individuales y colectivas, incluida la experiencia situacional misma de interactuar con la televisión y de relacionarse o no con otros sujetos, en este mismo acto de ver los mensajes que este medio proporciona en un espacio determinado y una ubicación específica del aparato televisivo. El conjunto de estos procesos se muestra como individual por su forma, aunque su contenido se encuentra mediado social y culturalmente. Esto mismo puede decirse de los horarios de consumo de programas y del tipo de programas a los que se expone el televidente.

2.7.1 El significado del proceso de recepción.

El consumo puede entenderse como la totalidad de procesos sociales vinculados a la apropiación de los productos. El consumo es una práctica que interioriza formas de ver, estar y practicar el mundo a través de los productos, que implica, por ello, formas de interiorización de valores, ideas, creencias. El consumo puede servir para ocultar las desigualdades sociales estructurales, reales, entre los sujetos. Pero el consumo no es sólo un proceso de integración del proyecto dominante, también puede convertirse en espacio y momento de resistencia,

²³⁴ A este respecto dice Martín-Barbero: "En las nuevas investigaciones podemos relevar tres elementos que de una forma u otra las atraviesan: la inserción del proceso de recepción en una historia cultural que pone fondo y contexto a las prácticas de la lectura y consumo, la importancia de los géneros en cuanto articuladores de las prácticas de recepción con el espacio y las lógicas de la producción, estrategias de anticipación de las expectativas y 'pacto simbólico' entre la industria y los públicos, y el rescate de los actores sociales 'concretos' que participan en, y se rehacen con, el proceso de recepción en cuanto proceso de producción e intercambios cotidianos de sentido" (Martín Barbero, 2004:97)

impugnación y subversión, a través de prácticas creativas, imaginativas, de consumo productivo. El consumo permite construir referentes compartidos de identidad. La recepción de mensajes televisivos es una forma peculiar de consumo, y los televidentes una expresión de sujetos consumidores.

Para los medios de masas las personas son representadas y atendidas como clientes para el consumo de sus mensajes. Bajo esta lógica mercantil, de ganancia, la audiencia les interesa, sobre todo, por su cantidad, cualquier variable es asociada con su posibilidad real o potencial de consumo²³⁵. Por esto las empresas de medios consideran que la audiencia debe ser medida a través de estrategias como los *rankings* y los *ratings*. Sin embargo, reducir las personas a un número y su práctica al acto de comprar genera problemas para los mismos dueños de medios y anunciantes, porque “(...) esos *ratings* de los que nos hablan -en el caso de la televisión- es apenas de los aparatos encendidos y de cuánta gente está mirándolos pero no de quiénes y de cómo los ven (...)” (Martín Barbero, 2004:167)²³⁶ Es de suponerse que desde la televisión pública se debería de tener una valoración del televidente más como ciudadano que como simple comprador. Pero las cosas generalmente no ocurren así.

Se puede comprender la recepción de los productos televisivos desde criterios donde se considera al emisor como dominante todopoderoso; o a su vez, pensando al receptor como el que mantiene el poder para dotar de sentido al mensaje; o finalmente, donde el sentido resulta de un proceso de negociación entre emisores y receptores. El colocarse en cualquiera de estas tres alternativas acarrea consecuencias prácticas evidentes. Si se piensa al emisor mediático como todopoderoso se definirá su acción como práctica activa de manipulación o de persuasión, donde el sentido generado está definido por la intencionalidad del emisor y la configuración del mensaje. Al receptor se le coloca como un sujeto pasivo, y en el mejor caso como sujeto de resistencias, pero condenando a mantener la función de recibir pasivamente y de reproducir la

²³⁵ Una realidad respalda su interés: “Al *consumir* su tiempo de ocio la telefamilia genera un nuevo mercado y una nueva mercancía: el valor del tiempo medido por el nivel de audiencia de los productos televisivos. Y aún más decisivo es lo que sucede en el plano cultural: mientras ostensiblemente se reduce la asistencia a los eventos culturales en lugares públicos...la *cultura a domicilio* crece y se multiplica desde la televisión hertziana...a la de cable y antenas parabólicas...y la videogradora...” (Martín Barbero, 2004:137-138)

²³⁶ Ante esto, aun vendedores y circuladores de mensajes han visto necesario realizar estudios cualitativos de la audiencia de todo medio, pero particularmente de la audiencia televisiva. Y es que han comenzado a entender que los procesos de recepción en los que se involucran los sujetos son más complejos que la simple exposición a los contenidos ofrecidos por los medios. Los productores de mensajes masivos entienden que “(...) estamos ante una comunicación en la que el emisor organiza el mensaje no a partir de la información a transmitir sino más bien a partir de las condiciones -situación, competencias, posibilidades- de la recepción. A esta dinámica de interacción M. Wolf la denomina *estrategia de anticipación* (...)” (Martín Barbero, 2004:51) Pero, si este es el panorama del lado de los emisores, también por el lado de los receptores nos encontramos ante “(...) aquella *asimetría comunicativa* cuyo análisis requiere involucrar el estudio tanto de las ‘estrategias de anticipación’ del emisor(...)como de la ‘carnavalesca confusión entre relato y vida(...)operada en la recepción” (Martín Barbero, 2004: 216)

significación del mensaje circulado por el emisor. Bajo esta perspectiva, el receptor no tiene salida a la dominación, si acaso se recomienda evitar la exposición a cualquier mensaje de los medios de masas. Cuando se considera que la decisión de la construcción de sentido de un mensaje mediático se encuentra en el receptor se parte de considerar a éste como un sujeto con plena autonomía para definir la significación del mensaje recibido. Se da por solucionado el problema de dominación que se encuentra sin resolver. De esta manera se favorece otra forma de pasividad del receptor y se niega la presencia del poder y de la dominación que marcan y tensionan el conjunto del proceso comunicativo²³⁷.

Considerar al receptor como cómplice de la dominación y como resistente-negociador del sentido de los mensajes que recibe, abre otro horizonte para el análisis y para la acción, en tanto que “(...) solamente si la opresión es asumida como actividad también del oprimido, sólo si se desmonta la complicidad del dominado, será posible comprender que la liberación es problema del oprimido, o mejor, que es en él que se encuentran las claves de su liberación” (Martín Barbero, 2004:83). Bajo esta perspectiva, la recepción debe entenderse primeramente como un proceso poliédrico. No es un momento (Orozco, 1994: 188)²³⁸. Es necesario entender al receptor televisivo más allá de posturas racionalistas y psicologistas. Desde una perspectiva sociocultural, la recepción puede ser entendida, entonces, como un *proceso complejo, creativo, como un espacio de mediaciones, conflictos y reapropiaciones, de producciones mediado por la vida cotidiana. La relación entre emisor y receptor de mensajes se da en condiciones de desigualdad de poder. En la recepción también entran en juego mediaciones múltiples; estrategias de apropiación; filtración de la información a partir de criterios de significación; y la actuación de comunidades de apropiación, en tanto grupos de adscripción del televidente. Aun más, el atender la dimensión histórica de la recepción implica reconocer los contextos en que se construye y desarrolla este proceso.*

²³⁷ Es precisamente mediante la visibilización de los dispositivos de poder que se encuentran presentes en los procesos de recepción que podemos identificar esas formas de resistencia y negociación de la audiencia. Estas impugnaciones desde la audiencia se expresan en las prácticas cotidianas de los sujetos; en los usos que éstos hacen de los medios; en las gramáticas de decodificación que utilizan; en la resignificación que hacen de los mensajes recibidos; y la manera práctica en que se concreta el sentido construido en su propia cotidianidad. Entonces, decodificar es producir lo antes ya producido desde los medios.

²³⁸ Para Vasallo la recepción es “(...) un proceso no reducible a lo psicológico o a lo cotidiano, sino profundamente cultural y político. Los procesos de recepción son parte integrante de las prácticas culturales que articulan procesos tanto subjetivos como objetivos, tanto micro como macro. La recepción es un contexto complejo y contradictorio, multidimensional, en que las personas viven su cotidianidad, se inscriben en relaciones estructurales e históricas, en las cuales extrapolan sus prácticas (...)” (Vasallo, 1995:86).

Las transformaciones profundas y aceleradas en el mundo de hoy hacen alcanzar los procesos mismos de recepción. Al transformarse la realidad se transforman los referentes a partir de los cuales se construyen los mensajes televisivos. Los contenidos también se modifican, y exigen de las audiencias poner en práctica nuevas formas de lectura. Los nuevos contextos históricos modifican al sujeto. Su identidad se re-configura, lo mismo que su subjetividad. No sólo se modifica la realidad. También la forma de percibirla se transforma.

Un factor importante en el proceso de recepción es la presencia de los universos temáticos que son significativos para la audiencia, llamados por Orozco “super temas” (1994: 192). Desde esas grandes temáticas de interés, los televidentes jerarquizan los mensajes a los que están dispuestos a exponerse, dejando por fuera aquellas temáticas que no son de su interés. Sin embargo, la propia selección de universos temáticos está influida por el uso de ciertas estrategias entre las que se pueden considerar la preferencia por un medio; la rutinización de los horarios de consumo; la preferencia por un género y un tipo de programa; los modos concretos de utilización del medio televisivo; y el uso de criterios normativos a partir de un “deber ser”, que marca el comportamiento de consumo del televidente. Es a partir de estas estrategias que el televidente decide que es lo que le satisface a los niveles, estético, funcional, emotivo y cognoscitivo. Por eso es importante considerar, por un lado, la relación entre medios-mensajes-audiencia-recepción, y por el otro, las formas y dinámicas concretas que adoptan las mediaciones en el terreno práctico.

2.7.2 La mediación como categoría de análisis.

El concepto de *mediación* es fundamental en la propuesta de un mirar y practicar diferente la investigación en comunicación. No es nuestro propósito profundizar sobre la arqueología de este concepto (Martín Serrano, Martín-Barbero, Guillermo Orozco, Gregorio Sunkel). Se trata sólo de ubicar este concepto en relación con sus antecedentes fundamentales²³⁹.

²³⁹ El concepto de *mediación* proviene de la tradición académica anglosajona de la comunicación desde finales de los años setenta. La *mediación* se asoció a “intervención” de educadores a través de acciones que buscan modificar la recepción televisiva. Por su parte, en la tradición iberoamericana, se destaca la contribución inicial de Manuel Martín Serrano quien utilizó el concepto de *mediación* para referirse a los sistemas comunicativos, concretamente al sistema de medios masivos y su relación con la realidad social. La *mediación* la clasifica en mediación estructural (función de los medios de configurar su apreciación de los hechos) y mediación cognitiva (capacidad de conferir orientación a sus contenidos). Posteriormente, el concepto de *mediación* es trabajado desde latinoamérica por Jesús Martín-Barbero. Él rebasa el ámbito de los medios en que había sido colocado el concepto de *mediación* y lo vincula con lo cultural y lo social. La comunicación y la cultura aparecen en una doble relación de productoras y producidas (Orozco, 1998: 95)

Martín-Barbero se refiere a las mediaciones en diferentes formas y momentos. Por ejemplo, entiende las mediaciones como “(...) esos *lugares* desde los que provienen las construcciones que delimitan y configuran la materialidad social y la expresividad cultural de los medios” (Martín Barbero, 2004:85) También plantea que: “El campo de lo que denominamos mediaciones se halla constituido por los dispositivos a través de los cuales la hegemonía transforma desde dentro el sentido del trabajo y la vida de la comunidad” (Martín-Barbero, 1987b: 207). De estos planteamientos de Martín-Barbero se puede destacar su interés por identificar a las mediaciones como escenarios activos de construcción de la dimensión sociocultural de los medios, que paralelamente se constituyen en mediación en la construcción de sentido en los diferentes grupos sociales. En este sentido, las mediaciones son realidades dinámicas, construidas y constructoras.

Por otro lado, Martín-Barbero sienta las bases para convertir el concepto de mediaciones en una categoría operacionalizable cuando hace su lectura de problemáticas de la realidad actual. Por ejemplo, destaca la manera en que las redes comunicacionales y los flujos informacionales destemporalizan y deslocalizan las prácticas de los sujetos y favorecen la construcción por parte de éstos de nuevos modos de simbolización y de ritualización. Aquí es claro como las mediaciones comunicativas y tecnológicas operan como mediación sobre los procesos de construcción cultural de simbolismos, significaciones, saberes, socialidades, sensibilidades y prácticas de identidad de grupo (Martín-Barbero, 2004:22). Resultado de la complejización del análisis del proceso comunicativo aparece una implicación tanto epistemológica como metodológica. Se piensa al sujeto como un actor con participación activa en el proceso de recepción y la atención se dirige entonces a la articulación entre mediación y audiencia en situaciones muy específicas.

Martín-Barbero identifica cuatro tipo de ámbitos que densifican las mediaciones entre sociedad y comunicación: socialidad, ritualidad, institucionalidad y tecnicidad. Sobre el primer ámbito señala: “La socialidad nombra la trama de relaciones cotidianas que tejen los hombres al juntarse y en la que anclan los procesos primarios de interpelación y constitución de los sujetos y las identidades” (Martín-Barbero, 2004:74). La socialidad permite plantearse la comunicación desde los fines y no simplemente desde los medios. Moviliza lo social interiorizado en los

sujetos y permite comprender los diferentes tipos de apropiaciones y resignificaciones de sentido.

Acerca de la ritualidad Martín-Barbero plantea que “(...) es lo que en la comunicación hay de permanente reconstrucción del nexo simbólico: a la vez repetición e innovación, anclaje en la memoria y horizonte abierto. Es lo que en el intercambio hay de *forma* y de *ritmo*” (Martín-Barbero, 2004:75). La ritualidad posibilita la gramaticalidad, que resulta de la construcción de reglas de significación, que permiten la compartición de sentido. “La *ritualidad* es, a la vez, lo que en las prácticas sociales habla de la repetición y de la operabilidad (...) Las *ritualidades* constituyen también *gramáticas* de la acción –del mirar, del escuchar, del leer- que regulan la interacción entre los espacios y tiempos de la vida cotidiana y los espacios y tiempos que conforman los medios (...) De otro lado, las *ritualidades* remiten a los múltiples *trayectos de lectura* (...) ligados a las condiciones sociales del gusto, marcados por los niveles y calidades de la educación, los haberes y saberes constituidos en memoria étnica, de clase o de género, y los hábitos de convivencia con la cultura letrada, la oral o la audiovisual, que cargan la experiencia del ver sobre el leer o viceversa” (Martín-Barbero, 2004:75-76)

Para Martín-Barbero, la *institucionalidad* “(...) es una mediación espesa de intereses y poderes contrapuestos que ha afectado, y sigue afectando, especialmente la regulación de los discursos (...) Si mirada desde la *socialidad* la comunicación se revela cuestión de fines –de la cuestión del sentido y del hacerse y deshacerse de la sociedad-, mirada desde la *institucionalidad* la comunicación se convierte en cuestión de medios, esto es de producción de discursos públicos cuya hegemonía se halla hoy paradójicamente del lado de los intereses privados” (Martín-Barbero, 2004:76-77). Sin embargo, existe una tendencia generada por movimientos que buscan un reconocimiento instituyente a sus manifestaciones y formas de representación.

Sobre la tecnicidad, dice Martín-Barbero: “(...) nombra entonces lo que en la sociedad no sólo es parte del orden del instrumento sino también de la sedimentación de saberes y la constitución de las prácticas (...) Con lo que la tecnicidad más que a aparatos nos remite al *diseño* de nuevas prácticas, y más que destrezas la tecnicidad es *competencia en el lenguaje* (...) Confundir la comunicación con las técnicas o los medios es tan deformador como pensar que ellos son exteriores y accesorios a la (verdad de la) comunicación, lo que equivaldría a desconocer la materialidad histórica de las mediaciones discursivas en que ella se produce (...)

La mediación estratégica de la tecnicidad se plantea actualmente en un nuevo escenario: el de la globalización, y su conversión en el *conector universal en lo global*” (Martín-Barbero, 2004:77-78)

Para Guillermo Orozco, la mediación es la instancia cultural desde dónde las audiencias de los medios se apropian y re-significan el sentido de los mensajes recibidos. Es una “(...) instancia estructurante de la interacción de los miembros de la audiencia, que configuran particularmente la negociación con los mensajes e influyen en los resultados del proceso” (1994: 191). Pensadas en el plano comunicativo, para Orozco las mediaciones pueden considerarse como “(...) procesos que a su vez ejercen una influencia estructurante en los procesos comunicativos en su conjunto” (Orozco, 1997: 32).

Orozco reconoce diferente tipo de mediaciones: “Las mediaciones provienen de diferentes fuentes. Algunas del propio sujeto televidente en cuanto individuo con una historia y una serie de condicionamientos genéticos y socioculturales específicos. Las mediaciones provienen también del mismo discurso televisivo, al ser capaz de naturalizar su significación y anclarse en el sentido común. Otras mediaciones provienen de la situación en la que se da el encuentro y la negociación entre la audiencia y la TV. Otras más se derivan de factores contextuales, institucionales y estructurales del entorno donde interactúan las audiencias” (Orozco, 1991: 117) Estas mediaciones no se presentan de manera evidente en los procesos de recepción, es necesario reconocerlas y visibilizarlas.

Mediaciones televisivo- institucional, de mediacidad y de tecnicidad. Cuando el televidente se relaciona con la televisión, generalmente lo percibe como un aparato emisor de programas. Por la propia necesidad de recepción a veces resalta sus características tecnológicas, pero casi nunca piensa a la televisión en su dimensión de medio técnico e institucional (Orozco, 1991: 109-111). Orozco ve necesario considerar en el análisis de la televisión tres dimensiones asociada a esta variable: la institucionalidad, considerada como agenciadora de mediaciones cognitivo ideológicas; la mediacidad, relacionada con el rasgo expresivo de la televisión, materializado en formatos y géneros; y la tecnicidad, donde se contemplan el conjunto de reglamentaciones, codificaciones presentes en una transmisión (Orozco, 2001: 189) A partir de diferentes dispositivos la televisión construye representaciones técnicas de la realidad, que buscan la credibilidad del teleauditorio, a partir de hacer parecer verosímiles, emotivos,

inmediatos y aparentes los mensajes que se presentan (Orozco, Notas metodológicas para abordar: 3); de colocar al televidente como “testigo presencial” de lo que se proyecta; y de interpelar a la audiencia a partir del uso de diferentes estrategias. Esta misma dimensión técnica del medio televisivo genera respuestas tanto emotivas como racionales de parte del público, el cual consume las narrativas bajo criterios de economía de esfuerzo decodificador dadas las características de similitud entre realidad y representaciones técnicas-televisivas. Todo esto desemboca en procesos de naturalización de la realidad proyectada desde la televisión.

Mediaciones cognoscitivas. En su actividad de recepción de las narrativas televisivas, los sujetos-televidentes desarrollan procesos de mediación cognoscitiva con secuencias diversas de carácter sociocultural, y que implican momentos de comprensión, selección, valoración, almacenamiento, integración, apropiación y producción de sentido a partir de los mensajes recibidos (Orozco, 1991^a : 3) Cada uno de estos procesos cognitivos tiene no sólo un origen físico-biológico, sino sociocultural. El televidente aprende desde su experiencia social y cultural a secuenciar los momentos y a clasificar los contenidos por su relevancia a partir de la puesta en acción de repertorios o guiones que han resultado de su experiencia social y cultural. No existe una sola manera de secuenciar y articular cada momento²⁴⁰.

Mediaciones institucionales en el consumo televisivo. Esta reflexión posibilita entender que detrás del concepto de audiencia se encuentran individuos históricamente concretos con un *imprinting* institucional (Orozco, 1991: 120-121) singular que media en el consumo y la significación otorgada a las narrativas televisivas. Un individuo se constituye en audiencia en el momento que desarrolla la práctica de consumir los mensajes televisivos que se le ofrecen, pero al mismo tiempo su persona sigue objetivando ubicaciones y roles institucionales socialmente asignados por la familia, la escuela, el trabajo, los amigos, la iglesia, el partido y la nación, a partir de “guiones” o “scripts” culturales (Notas metodológicas para abordar: 4). Esto quiere decir que el sujeto-televidente participa en comunidades de apropiación y significación de los mensajes recibidos, que pueden estar físicamente localizadas o dispersas; que pueden ser comunidades inmediatas (con quien se

²⁴⁰ Guillermo Orozco (Orozco, 1991^a : 4-5) establece una diferencia entre esquemas mentales, repertorios y guiones. Aunque los tres se ubican en la mediación cognoscitiva de los sujetos, los esquemas mentales son considerados como categorías anticipatorias que los sujetos aprenden, y que les estimulan a buscar determinada información (Orozco, 1991: 117). Los repertorios ponen acento en la relevancia cultural de lo que los televidentes procesan mentalmente, los guiones son considerados como representaciones mentales de una secuencia ordenada de eventos originados en la sociedad y la cultura, dirigidos a conseguir metas. Se les reconoce como guías orientadoras de la actuación reflexiva de los sujetos, que se traducen en prácticas y discursos social y culturalmente aceptadas. Son pautas sobre el “deber ser” y el “deber hacer” para los sujetos. De la cultura surge la significación de los guiones y a la interacción cultural y social vuelven.

ve la televisión) o comunidades de referencia (de pertenencia geográfica, de edad, sexo, religión, etc.) Estas mismas comunidades de referencia para el televidente operan como espacios de reconfiguración de sentido. No necesariamente son homogéneas. Incluso pueden sancionar de manera distinta el sentido de un mensaje²⁴¹. Más exactamente. Como la televisión se ve generalmente en la casa, de esta manera la familia se convierte en la mediación institucional primera, desde donde el sujeto televidente construye el significado sobre los mensajes recibidos, a partir de reglamentaciones rutinizadas y de representaciones sociales que se han construido desde la misma familia sobre lo que se debe ver y lo que no se debe ver; sobre a qué hora y cuánto ver la televisión; sobre quién puede y debe ver qué programa; sobre cómo ver la televisión (desde dónde y haciendo qué); y acerca de qué comentar y sobre qué guardar silencio. Después de la familia viene la intervención de otras mediaciones institucionales como la escuela, el trabajo y la calle, en donde se desarrollan interacciones que permiten a los individuos informar o dialogar sobre lo que cada quién vio en la televisión desde su propio espacio familiar. La interacción que se establece entre televidente y televisión continúa aun después de que el primero se ha retirado del aparato transmisor. El comentar con otras personas sobre lo visto en la televisión es una forma de prolongación de la interacción del televidente con los mensajes televisivos. Como consecuencia de nuevos intercambios, el televidente re-significa el sentido de lo visto y escuchado mediado por otros sujetos, espacios e instituciones. **Sexo y género como mediación.** De la misma manera, el sexo se convierte en un referente que cumple la función de mediación en el consumo de productos televisivos. Y como el sexo se construye históricamente como género desde lo social y lo cultural, entonces se entenderá que en el proceso de consumo televisivo no es lo mismo ser hombre que ser mujer, representar lo masculino y representar lo femenino. La situación estructural y subjetiva que viven hombres y mujeres en sociedad se objetivan en realidades como el qué ver en televisión, en qué horario hacerlo, y en cómo entender lo que se vio.

²⁴¹ Por ejemplo imaginemos un caso hipotético donde al mismo tiempo que un sujeto consume un programa televisivo que lo convierte en audiencia, simultáneamente es padre proveedor en una familia triangular; es un estudiante de grado en una universidad pública; es un trabajador prestador de servicios en una institución financiera; cumple la función de líder entre su grupo de amistades; es un creyente y practicante católico; militante de un partido conservador; y ciudadano en ejercicio de sus derechos. Mientras que en la familia construye una significación del mensaje recibido, en la escuela cuestionan la pertinencia de la información recibida. En el trabajo y con los amigos refuerzan el sentido inicial por él construido; en su iglesia se oponen incluso al consumo de ese programa- Su partido político considera inmoral ese tipo de mensaje. Mientras que como ciudadano se considera con el libre derecho de consumir lo que cree conveniente para su persona y su familia. Finalmente el sentido último otorgado al mensaje recibido, no resulta de su trabajo de apropiación individual, sino del sentido construido bajo la mediación de las diferentes comunidades de apropiación en donde participa.

De esta manera podemos decir que la audiencia se construye mediante la conjunción de variados procesos, que se erigen en mediaciones con entrecruzamientos complejos: mediaciones videotecnológicas, cognoscitivas, situacionales, institucionales y referenciales. A los que se puede agregar edad, ocupación, nivel de escolaridad, etnia, clase social, lugar de vivienda y creencias. Estos son otros tantos referentes que cumplen la función de mediación en el consumo televisivo que realizan los sujetos.

La televisión proporciona mensajes que son apropiados en circunstancias históricas, sociales y culturales singulares. La interpretación y construcción de sentido que hace el televidente proviene de la intervención de otras mediaciones con referentes espaciales, temporales y de actores sociales diferentes a los del contexto de apropiación. El sentido generado por la audiencia a partir del consumo de programas televisivos no surge exclusivamente de los contenidos ni de los formatos y géneros televisivos, sino que se construye social y culturalmente más allá del aparato televisor y más allá del acto de recepción. Esto permite establecer el carácter polisémico de los contenidos que ofrece la televisión. De esta manera se entenderá el énfasis que pone Guillermo Orozco en la necesidad de articular una visión multidimensional cuando se quiere entender el consumo televisivo²⁴².

2.7.3 La categoría de audiencia televisiva.

Del conjunto de consideraciones conceptuales relacionadas a la audiencia y al proceso de recepción, recuperamos los elementos fundamentales para configurar la construcción de la categoría de *audiencia televisiva* teniendo como referencia a los sujetos televidentes de los programas de C7 considerados en este estudio. El propósito de este tránsito de concepto a categoría es el de permitirnos, en un momento posterior, la construcción de una herramienta de investigación que nos posibilite una aproximación mayor a la identificación y comprensión de aquellos procesos de recepción que el televidente desarrolla de manera concreta, y a partir de los cuales construye determinado tipo de representaciones sobre los sujetos sociales proyectados en los programas televisivos considerados en su dimensión de narrativas.

²⁴² A este respecto señala Orozco: “Tres premisas orientan el análisis de la recepción televisiva. Una, que la recepción es interacción; dos, que esta interacción está *necesariamente* mediada de múltiples maneras; y tres, que esa interacción no está *circunscrita* al momento de estar viendo la pantalla. El objeto de estudio por consiguiente serán las diversas mediaciones a lo ‘largo y ancho’ de la recepción” (Orozco, 1991 La audiencia frente a la pantalla: 9)

Así, podemos decir que la categoría de audiencia televisiva la podemos definir de la siguiente manera:

La audiencia televisiva se constituye por un conjunto de sujetos históricos con competencias culturales específicas, que de manera multidimensionalmente activa establecen interacciones con mensajes, medios y contextos objetivos. Estas interacciones se objetivan en una puesta en práctica de estrategias de recepción, lectura y re-semantización contradictoria de sentidos de los mensajes, que se traducen en construcción de la misma audiencia como tal. El conjunto de este proceso se encuentra mediado por experiencias individuales y colectivas, espacios, tiempos, procesos cognitivos, instituciones, recursos técnicos y dispositivos y relaciones de poder que le otorgan un carácter históricamente situado y social y culturalmente mediado al proceso de recepción.

2.7.3.1 La audiencia de programas de televisión pública/cultural.

No existe nada dicho de manera definitiva sobre el consumo de programas proyectados por la televisión pública de Jalisco. Tomando como referencia la construcción conceptual desarrollada con anterioridad, enseguida presentamos algunos presupuestos que más que afirmaciones definitivas deben considerarse simplemente como hipótesis de trabajo que nos aproximen a la construcción de indicadores que permitan operacionalizar el estudio sobre el consumo y las representaciones que los televidentes pudieran construirse a partir de ver los programas de un canal público.

El consumo de estos programas implica para el público televidente un momento de apropiación y otro de usos. De esto resultan dos preguntas esenciales a las que hay que dar contestación: ¿quién se apropia de qué tipo de producto, y cómo, desde dónde y cuándo lo hace? y ¿de qué manera utilizan las formas y los contenidos de los productos recibidos?

Un presupuesto básico para entender el consumo es precisar el perfil de quien ve los productos de un canal público. Los televidentes que consumen los programas de C7 poseen

características diversas²⁴³. Por su sexo, están incluidos hombres y mujeres. Por su edad comprenden desde niños hasta adultos mayores, aunque su consumo de programas es diferenciado de acuerdo a ciertos rangos de edad. Por su condición socioeconómica la programación es vista por las diferentes clases, aunque aquí también concurren otras mediaciones que configuran el tipo de preferencias de consumo. Por su nivel educativo también encontramos televidentes con distintos grados de estudio. El nivel educativo tiene una mayor correspondencia con el nivel económico, marcando esto la tendencia a consumir un determinado tipo de productos televisivos ofrecidos por el canal. La profesión de los televidentes también es variada, sin embargo, también influye en la preferencia por ver determinado tipo de programas. Las creencias religiosas y las posturas políticas también son muy diversas dentro de un sector de televidentes que consumen un mismo programa. Adicionalmente se debe considerar que el público que consume productos de C7 también consume productos de la televisión comercial²⁴⁴.

De inicio, para comprender el consumo de productos de televisión pública, es necesario entender que consumir no es recibir, sino realizar lecturas diferenciadas y reconfigurar sentidos de los mensajes recibidos. La decisión de consumir o no consumir estos productos está mediada por aspectos sociales, culturales y psicológicos de las personas y grupos de televidentes.

Bajo estas consideraciones es posible entender varias opciones: a) Que el público no se interese en canales televisivos públicos porque nunca lo ha visto; b) Que el público no se interese a pesar de haber visto algunos de sus productos (programas, identificaciones, campañas); c) Que el público consuma por casualidad alguno de sus productos, sin que lo asocie con este tipo de canal; d) Que el público consuma esporádicamente algún o algunos de estos productos; e) Que el público consuma intencionadamente algún programa, bien sea con regularidad o esporádicamente; f) Que el público consuma más de un programa, haciendo esto con regularidad; g) Que el público prefiera y consuma con regularidad algún tipo de programa, identificando claramente datos generales relacionados con el programa (horario, día, tipo de

²⁴³ Esto se puede inferir considerando varios aspectos: la encuesta anual que realiza el canal sobre preferencias de consumo; las llamadas telefónicas realizadas a los programas en vivo; los correos electrónicos enviados a la dirección electrónica del canal; los comentarios realizados de manera espontánea con televidentes a partir de encuentros casuales.

²⁴⁴ Por ejemplificar de alguna manera lo que decimos. Un programa considerado propio de la alta cultura (Encuentro con las Obras Maestras) es visto predominantemente por personas con recursos económicos altos. Con niveles educativos que rebasan el de bachillerato. Generalmente son personas adultas. Y cuentan con una profesión universitaria. En cambio, un programa identificado como de la cultura popular (De Kiosco en Kiosco) es visto generalmente por personas adultas, más por aquellas con bajo nivel económico y educativo. Sobre todo muchos de los migrantes radicados en los EUA son consumidores asiduos de este programa. Los jóvenes prácticamente no ven este tipo de programa.

programa), y una vez que ha descartado otras opciones de consumo; h) Qué el público vea alternadamente programas de la televisión pública y de la televisión comercial; i) Que el público vea exclusivamente la programación de canales públicos.

El conjunto de estas situaciones pueden presentarse simultáneamente en los públicos reales y potenciales. Sin embargo, habría que agregar a lo dicho que existen alguna serie de aspectos que deben considerarse para comprender el por qué las personas consumirían productos televisivos ofrecidos por este canal. ¿Cuáles serían algunos de estos? Que el público busque en la programación de la televisión pública una respuesta a su inquietud por adquirir información nueva o reforzar la que ya tiene; que busque en la programación una respuesta a su interés por algún tipo de narrativa que le genere placer; que busque en la programación una manera de aproximarse y decodificar los mensajes culturales; que el busque en la programación la posibilidad de reafirmar su derecho a contar con ofertas programáticas diferentes; que el público, en su modalidad de sociedad civil, busque en la programación una vía para tener acceso a los problemas que exige el quehacer ciudadano; que busque en la programación un espacio donde mirarse y dónde encontrar posibles respuestas a sus incertidumbres; que busque un tipo de consumo programático que le otorgue distinción real o simbólica en el terreno social; o que el público busque en la programación un tipo de productos culturales que posibiliten su integración y comunicación con sectores sociales diferentes, en la medida que el consumo cultural común permite el compartir significados entre ellos.

En este sentido, el consumo de productos de la televisión pública jalisciense podría considerarse un escenario de objetivación de deseos. La pregunta que es necesario formular es ¿Qué tipo de deseos son aquellos que impulsan al público a consumir la opción ofrecida por un canal público? En general, la apropiación de cualquier producto televisivo de este medio es un acto que distingue simbólicamente, integra y comunica, objetiva los deseos y ritualiza su satisfacción. Y es que en los bienes culturales, y mayormente en el caso de los productos de un canal público, los valores simbólicos prevalecen sobre los utilitarios y mercantiles. Hay que considerar, además que el consumo de productos de la televisión pública se encuentra articulada a mediaciones de diferente tipo (sexo, edad, esquemas mentales, escolaridad, ocupación, tiempos, espacios, influencias institucionales, etc.)

Partiendo de estos presupuestos es que se puede decir, en un sentido general, que los programas de un canal público son consumidos no por un tipo determinado de público, sino por una gran variedad de públicos (niños, jóvenes, ancianos, empresarios, trabajadores, desempleados, hombres, mujeres, políticos, ciudadanos, ricos y pobres). Donde cada uno de estos sectores se interesa por diferentes programas, por distintas razones que provienen de cuestiones psicosociales, culturales, económicas, ideológicas, políticas y de experiencia de vida. Y que, aún más, cada uno de los integrantes de estos públicos realiza lecturas diferentes de los distintos programas, los entienden de diferente manera y se apropian de sus contenidos también con singularidad propia. Lo primero que se destaca del estudio de la audiencia televisiva de los programas de canales públicos es que son sujetos que interaccionan con un canal público y con unos programas autodefinidos y reconocidos como de carácter cultural.

2.7.3.2 Un primer recuento.

Hasta el momento hemos intentado esclarecer los referentes más significativos que nos permitan adentrarnos de mejor manera en la comprensión de la problemática de estudio. Hemos reconocido que la información y la comunicación se han constituido en espacios y dimensiones estratégicas para el desarrollo de las sociedades contemporáneas, y que son ejes sobre los que se sustentan y desarrollan los procesos sociales del nuevo milenio. También hemos establecido que los procesos comunicativos y los medios masivos de comunicación, cumplen en la actualidad un papel determinante en la vida cotidiana de los individuos. Inciden en la construcción de sus imaginarios, en la determinación de sus expectativas, en la orientación de sus comportamientos y en la fijación de sus valoraciones. Asimismo hemos pretendido indicar que la globalización y la presencia y desarrollo de tecnologías de información cada vez más renovadas son contextos que alcanzan a tocar al conjunto de procesos económicos, políticos, sociales y culturales de cualquier parte del mundo. Que la globalización se caracteriza por ser un proceso multinacional, multicultural y transnacional. Que en su dimensión cultural, la globalización es, sobre todo, transmisión y recepción de formas simbólicas, y que lo significativo es que estos flujos son de carácter multidireccional. No sólo los países capitalistas avanzados circulan formas simbólicas hacia los países pobres, también estos países envían e impregnan la vida cotidiana de los primeros, con formas simbólicas propias. Además de que, aunque la expresión transnacional de la

globalización modifican las bases sobre las que se construyen los universos culturales de las sociedades, las instituciones y los grupos, sin embargo, no deja de ser un proceso contradictorio: al mismo tiempo que penetra lo transnacional, lo local se refuerza de una forma u otra. Es así como toma forma una hibridación de las culturas. Y que junto con la pluralidad cultural favorecida por la globalización, se expresan memorias colectivas distintas a la memoria exclusiva oficial. El multiculturalismo y las singularidades culturales que circulan a través de diferentes medios y espacios, son continuos desafíos a la estandarización de la globalización.

También hemos señalado que se viene operando una re-configuración de la sociedad que se manifiesta de múltiples maneras: se manifiesta una tendencia al encerramiento y al aislamiento de los individuos; el espacio público como espacio de encuentros culturales y comunicativos se va disolviendo; se ha reconfigurado lo que era considerado público y lo que era considerado como privado; las concepciones y usos del tiempo asociados al trabajar y al habitar se han modificado; la inseguridad, la agresividad y la violencia urbana son ahora un rasgo característico de las grandes ciudades; las culturas tradicionales mantienen una interacción con otras culturas locales, nacionales y extranjeras; y que algunas culturas tradicionales enfrentan la globalización intensificando su nacionalismo. En definitiva, las sociedades se encuentran dislocadas, descentradas, fragmentadas, globalizadas, comprimidas, desmaterializadas e hibridadas. Agréguese a lo anterior que el estado-nación se debilita junto con su proyecto de política cultural nacional; que la producción de la cultura se ha trasladado de las comunidades a las instituciones especializadas, las cuales actúan en la lógica de la economía mercantil mundial; que el modelo dominante de comunicación sigue considerando que la función cultural de los medios de masas consiste en difundir, en propagar la cultura, para sensibilizar y poner al público en contacto con las obras llamadas clásicas; que la comunicación cotidiana sufre un gran deterioro, se ensancha la barrera de desigualdad entre pobres y ricos, y la democracia real está muy lejos de alcanzarse. De la misma manera hemos planteado que paralelamente a estas transformaciones, la televisión ha llegado a ocupar un lugar central en las sociedades actuales; que se ha ido conformando toda una cultura de la imagen, donde la mayoría de la población ha sido incorporada a la llamada modernidad de la cultura audiovisual, aunque sólo una minoría ha sido integrada a la cultura informática. La televisión comercial se ha caracterizado por sustituir los macro relatos por micro relatos; por buscar al máximo la simultaneidad entre hecho e imagen captada por la cámara; por reconstruir las realidades con un criterio de fugacidad; por

jerarquizar la estructura y el contenido de los programas televisivos de acuerdo a criterios de *rating*; por priorizar los relatos televisivos frágiles, descontextualizados y ligeros para el consumo masivo; por orientar el funcionamiento televisivo bajo el criterio fundamental de la ganancia. Las mismas instituciones culturales han caído en la tentación de la búsqueda de beneficios económicos; por buscar que la información circule en el menor tiempo, usando el menor espacio y con la menor inversión; por establecer una complicidad y una compenetración de la cultura oral popular y la cultura audiovisual propia de este medio, y combinar formatos narrativos contemporáneos con formas de memoria, narración y de expresión popular, como manera de conseguir mayor aceptación de la teleaudiencia e incrementar sus dividendos económicos; por fragmentar el hábitat cultural de los pueblos mediante la fragmentación de los públicos; por dotar al público de los medios de una supuesta distinción a través del consumo segmentado de productos, al mismo tiempo que se le niega la posesión de los medios de producción; y por asumir un protagonismo cada vez mayor en la vida política y social del mundo actual.

Es colocados desde esta perspectiva que podemos formular múltiples interrogantes: ¿Considera la televisión pública lo global y lo local como mediación de los procesos económicos, sociales, políticos y culturales que se desarrollan actualmente? ¿Contempla las expresiones de las nuevas tecnologías y sus repercusiones en la reestructuración de la vida social? ¿Toma en cuenta la re-configuración que se viene operando en la concepción y el uso de los espacios, los tiempos y las prácticas sociales de los individuos y grupos en estos nuevos contextos? ¿Se preocupa por retomar la presencia de grandes problemáticas sociales relacionadas con el medio ambiente, la seguridad pública, la igualdad, la democracia y la paz en sus contenidos programáticos? ¿Son contemplados en sus pantallas los nuevos sujetos sociales que se manifiestan como individuos, grupos y movimientos (mujeres, niños, ancianos, homosexuales, etc.)? ¿Está presente la perspectiva de género? Existe la preocupación por tomar en cuenta a la juventud en todas sus manifestaciones, inquietudes y aspiraciones, como sector social esencial de la sociedad tapatía presente y futura? ¿Se visualiza a la población indígena con sus tradiciones milenarias, su autodeterminación y las reconfiguraciones que ha sufrido en estos nuevos contextos? ¿Se está pensando en considerar a las Organizaciones no Gubernamentales (ONGs.) tomando en cuenta su competencia cultural específica? ¿Se toman en cuenta los signos de diversidad cultural que se manifiestan cada vez con mayor claridad en la

sociedad, y que exigen una política de inclusión de la multietnicidad, multilingüidad e interculturalidad? ¿Se piensa desde la lógica de reconocer la variedad en la creatividad y producción estética buscando incorporar a la difusión colectiva las diversas expresiones artísticas? ¿Se está considerando la necesaria participación de todos los sectores sociales en la vida cultural, como una necesidad, un derecho y un prerrequisito del desarrollo de una verdadera democracia? ¿Se contemplan los valores, los saberes, las representaciones y los imaginarios presentes en la sociedad tapatía y las nuevas formas de construcción y expresión de las identidades culturales que se desarrollan en contextos de globalización? ¿Se toma en cuenta la importancia que tiene la política y la vida cultural como medio fundamental para favorecer estilos de vida cotidiana más sanos, de convivencia, solidaridad, igualdad, libertad y tolerancia?

Tomando como referencia la problemática de estudio de esta investigación, enseguida buscaremos transitar por estas dimensiones a través de tres pretextos teórico-metodológicos: las formaciones culturales de productores y conductores televisivos, las narrativas televisivas y las representaciones sociales de los sujetos.

2.9 Metodologías de la investigación.

Para comprender la articulación que pretendimos establecer entre la dimensión contextual y conceptual de este estudio y su dimensión empírica es que presentamos este apartado que da cuenta de los contenidos metodológicos que se construyeron para desarrollar esta investigación. Partimos de una perspectiva que es la de los estudios culturales. Consideramos unos contextos socio-históricos de crisis de la modernidad. Reconstruimos conceptos como los de *Sujeto*, *Formaciones Culturales*, *Narrativas* y *Representaciones Sociales*. Construimos categorías como la de *productores televisivos*, *formaciones culturales de productores y conductores*, *narrativas televisivas*, *televidentes de C7* y *representaciones sociales televisivas*. Con estos referentes estuvimos en condiciones de intencionar las aproximaciones al objeto de estudio a partir de definir dos herramientas útiles para el desarrollo empírico del trabajo: una estrategia metodológica general que orientara el sentido abarcador del estudio; y diseños metodológicos particulares para cada uno de los niveles de investigación definidos. Estos niveles fueron: a) Contextualización institucional y político de la problemática de estudio; b) identificación y análisis de las formaciones culturales de los productores televisivos; c) caracterización técnica

de los programas; d) reconocimiento del lenguaje de imágenes de cada uno de los programas de interés; e) descripción e interpretación analítica de cada una de las entradas de los programas considerando su dimensión narrativa de y de representación; f) descripción e interpretación de las narrativas verbales de los programas, y de las formas de representación construidas; y g) identificación de las formas de representaciones sociales televisivas generadas por los televidentes de los programas de C7. Enseguida presentamos los referentes metodológicos que orientaron el trabajo en los niveles señalados.

2.9.1 Metodología para el estudio de los contextos institucionales y políticos.

Dentro de este apartado se considero el estudio descriptivo de instituciones que son referencia obligada cuando se quiere entender el sentido de los programas analizados. Y nos referimos a instituciones como la Secretaría de Cultura, el Sistema Jalisciense de Radio y Televisión y el propio Canal 7 (C7). Para desarrollar este nivel de la investigación desarrollamos un trabajo de investigación documental que nos permitiera acceder a documentos fundamentales que nos permitieran entender el origen de estas instituciones y su estatuto jurídico. Como en el caso de C7 y del SJRYT prácticamente no se cuenta con una memoria escrita sobre estos aspectos, fue que recurrimos a recuperar información a partir de la implementación de la técnica de la entrevista. Una vez obtenida la información nos dimos a la tarea de sistematizarla estructuralmente atendiendo los intereses de la investigación.

2.9.2 Metodología para el estudio de las *formaciones culturales* de productores/conductores televisivos.

En la aproximación empírica al estudio de las formaciones culturales de productores y conductores televisivos de C7, metodológicamente consideramos su oralidad como una posibilidad de acceso a la comprensión del papel del sujeto como centralidad en esta investigación sociocultural. Reconocemos que la oralidad sólo adquiere sentido en referencia a la problemática concreta de investigación planteada: la articulación entre formaciones culturales

y productores/conductores, y entre estos y las narrativas televisivas que construyen²⁴⁵. De nuestra parte, orientamos el trabajo por la opción de la historia de vida como dimensión de contenido, la oralidad como forma de expresión y la entrevista en tanto técnica de aproximación. La elección de la historia de vida se basó en presupuestos como los siguientes: la historia de vida enfoca su atención a un caso único; toma como muestra a un individuo; posee un rango intensivo; utiliza la vía directa; la entrevista es abierta y a profundidad; y la evidencia que se busca es la experiencia y vivencia personal, testimonial (Aceves, 1998: 223). De ahí que cotemplemos a la oralidad como una narrativa discursiva con una dimensión de temporalidad dada por el sujeto-productor/conductor que relata, y que le otorga significación²⁴⁶.

En este estudio, la oralidad de los productores televisivos fue entendida como una forma objetivada que permitió la aproximación cualitativa a la dinámica estructural y subjetiva de los procesos que subyacen a la expresión hablada de los sujetos-productores, como fuentes directas de investigación²⁴⁷. A través de esta oralidad éstos pudieron referirse a sus prácticas, creencias, valoraciones, representaciones y expectativas que tienen sobre el mundo, sobre los otros y sobre sí mismos. De esta manera la oralidad se configuró como un relato de basado en evocaciones, recuerdos memoriales, representaciones, etcétera, en el que median, por lo menos, dos circunstancias: las experiencias del sujeto-productor, y la misma recomposición de la narrativa que resulta del contexto de la entrevista.

La oralidad también fue considerada como expresión subjetiva de los productores/conductores. En sí misma esta oralidad no se valoró ni como falsa ni como verdadera. Pensamos que más allá de su correspondencia con la realidad, debía contemplarse como una forma de objetivación de memoria, sedimentada en representaciones sobre diferentes

²⁴⁵ La oralidad como herramienta de investigación puede adoptar las modalidades de historia oral, historia de vida o enfoque biográfico. En el terreno práctico, estas modalidades aparecen como "(...) términos intercambiables; en donde lo relevante es la perspectiva analítica y la problematización del asunto de investigación y no tanto la *evidencia* o fuente histórica" (Aceves, 1998: 211)

²⁴⁶ El acercamiento a la oralidad de los productores televisivos se acotó, limitándolo al nivel del testimonio histórico. A diferencia de la tradición oral, vinculada al legado colectivo anónimo, el testimonio histórico es una información que puede utilizarse como evidencia, "(...) va a estar distribuido y vinculado más bien al ámbito personal del ser individual; son relatos de vida, experiencias autobiográficas, informaciones testificales sobre determinados momentos y periodos de tiempo en una vida humana particular, enraizada en espacios y contextos histórico socio-culturales determinados. El testimonio puede ser parte de una experiencia colectiva compartida más amplia, pero está siempre matizado por los sentidos y experiencia personales" (Aceves, 1998: 224)

²⁴⁷ Se tiene que tomar en cuenta que "...al realizar una historia oral se puede explorar cómo las fuerzas sociales, económicas, culturales y políticas tocan esas fuerzas inconscientes del sentir y del actuar modificándolas" (Ramos y Romero, 2000: 27)

aspectos de la realidad²⁴⁸. La pertinencia y significación de los puntos de vista del productor/conductor televisivo resultaron del trabajo de procesamiento analítico, de la actitud crítica y de la confrontación de elementos que realizamos nosotros como investigadores de este fenómeno. Es decir, el relato se consideró como un dato que requiere construcción, tratamiento sistemático²⁴⁹. No se pretendió magnificar el relato. Se buscó ejercer una vigilancia metodológica sobre el relato mismo a través de la confrontación de éste respecto a las propias narrativas televisivas y las representaciones construidas por los televidentes (aunque este trabajo se hizo en un momento posterior).

Dos de las finalidades de utilizar la oralidad de los sujetos como fuente de información fueron: el rebasar el nivel aparential de las narrativas televisivas, haciendo presentes a los sujetos-productores/conductores que están en la base de su construcción; y el transparentar las *formaciones culturales* de éstos, en tanto mediación en la construcción de dichas narrativas. El lenguaje que se conoce de los productores/conductores es de tipo audiovisual. Al utilizar esta herramienta de lo que se trató fue de recuperar el habla del productor como medio para contar su historia personal. Si se considera que los relatos de vida son “...las unidades de narración que organizan el contenido de una narración personal, de una autobiografía, o de una entrevista” (Aceves, 1998: 211), se entenderá que lo que se pretendió conseguir a través de la charla con los productores televisivos fue recuperar de manera articulada los diferentes relatos de vida que constituyen la narrativa de fragmentos de su historia de vida.

La aproximación al estudio de la oralidad de los sujetos productores/conductores recorrió las siguientes fases fundamentales: a) El diseño del proyecto de investigación general, que proporcionó los referentes epistemológicos, conceptuales y metodológicos para aproximarse empíricamente a la realidad de estudio; b) el diseño de un instrumento de investigación, en este caso una guía para efectuar las entrevistas; c) La realización del trabajo de campo, que significó el contacto directo con los productores/conductores televisivos de interés, y la obtención y registro de sus testimonios orales respecto a la temática de investigación planteada; c) Y la

²⁴⁸ Por eso se consideró que el testimonio oral: “No es una categoría que se limite a producir enunciados de verdad o falsedad, sino más bien, habría que considerarlos como una percepción particular de las cosas, una versión personal de los hechos, acontecimientos, acciones personales, etcétera, que, tamizados por los flujos de memoria y la experiencia reciente, proporcionan texturas nuevas a los testimonios” (Aceves, 1998: 224)

²⁴⁹ Interesó “...construir y sistematizar nuevas fuentes de evidencia histórica, que inicialmente son de carácter oral, para integrarlas con las demás fuentes en el proceso del análisis histórico” (Aceves, 1998: 217)

sistematización e interpretación de la información obtenida hasta construirla en un dato significativo para la investigación²⁵⁰.

El trabajo se desarrolló con dos productores/conductores (Paco y Eduardo, el primero es productor y conductor del programa “*Estrategias al Cubo*”, y el segundo productor del programa “*Póptico*”, y productor y conductor del programa “Modular”) y con dos conductores (Christian y Cornelio) de los programas “*Póptico*” y “*Cantares y Costumbres*”, respectivamente, y dos conductores televisivos (Cornelio y Christian). Los productores se seleccionaron bajo los siguientes criterios: que sus producciones tuvieran un origen local; que estas producciones se materializaran en programas transmitidos en vivo por la señal de C7; que estos programas tuvieran mecanismos de contacto con el público televidente, que posibilitaran la retroalimentación; y que dichos programas se hayan mantenido al aire por lo menos durante un año, que fue la temporalidad con la que se delimitó el objeto de estudio (2005-2006).

²⁵⁰ Desde esta perspectiva, se estructuró una guía que orientara la entrevista. El contenido de esta herramienta se dirigió a favorecer la expresión narrativa oral de las personas entrevistadas. La estructura de la herramienta privilegió el propósito de obtención de información que nos aproximara a la comprensión de las dimensiones estructural (sociales, económicas e institucionales) y subjetiva de los entrevistados. Se consideraron las expresiones verbales de lenguaje de éstos como formas de objetivación de las dimensiones mencionadas, y como medios de acceso a ellas.

Los niveles del instrumento que sirvió de guía para la realización de las entrevistas fueron estructurados secuencialmente de la siguiente forma:

- ❖ Datos generales. En este nivel se buscaba contar con las referencias personales del sujeto (productor o conductor) entrevistado, tales como sexo, edad, lugar y fecha de nacimiento, y lugar de residencia actual.
- ❖ Dimensión institucional familiar. En este nivel se trataba de rescatar información sobre el lugar donde el entrevistado desarrolló su infancia; el cómo era su familia; el tipo de interacción significativa que establecía con sus integrantes; remembranza sobre la mejor y la peor experiencia familiar que recordara; las enseñanzas significativas obtenidas de su familia; las prohibiciones que se le establecieron; y el significado que tiene actualmente la familia.
- ❖ Dimensión institucional escolar. Aquí se trataba de identificar aspectos como el nivel de escolaridad alcanzado, así como su valoración sobre el tipo de escuelas donde estudió; los mejores y peores recuerdos que le genera la escuela como institución; los aprendizajes que le dejó esta institución; y la visión que actualmente tiene de la escuela.
- ❖ Dimensión institucional religiosa. En este nivel se trataba de conseguir información sobre sus creencias religiosas; las personas e instituciones que más influyeron en su formación religiosa; y sobre la idea de Dios que actualmente tiene.
- ❖ Representación de los contextos actuales. En este terreno se intentaba conseguir información sobre lo que el entrevistado considera los problemas más acuciantes del mundo actual; y la caracterización que hace de los mexicanos.
- ❖ Auto-percepción como sujeto. Aquí se trataba de reconocer lo que el entrevistado considera su principal cualidad y defecto; una valoración sobre las ventajas de vivir en el mundo actual; la principal incertidumbre que le aqueja; la música de preferencia; el deporte preferido; el personaje con el que más se identifica; los lugares de preferencia para descansar y para divertirse; el lugar que no conoce y le gustaría conocer; y el valor más importante en su vida.
- ❖ Concepción sobre la cultura. Se trataba de conocer su opinión sobre la manifestación artística que más placer le provoca; el creador de arte con el que más se identifica; lo que debe conocer una persona para considerarla culta; su definición de lo que es una persona inculta; y su definición de cultura.
- ❖ Concepción sobre la producción y la conducción. Aquí se trataba de conocer su punto de vista sobre el lenguaje que como productor y/o conductor privilegia para comunicarse; lo que le hizo decidirse por la actividad de producir y/o conducir; el rasgo que le caracteriza como productor y/o conductor; la manera en que las políticas del canal influyen en su trabajo; su visión sobre el reconocimiento social que tiene el trabajo de productor y/o conductor; la característica inaceptable en un productor y/o conductor; las características fundamentales de un productor ideal; y el oficio que desempeñaría si no fuera productor.
- ❖ Reflexión sobre la propia práctica. En este nivel se trataba de reconocer las tareas específicas y la representación que sobre ellas en vías de desarrollar la conducción y/o producción de un programa televisivo; y las principales dificultades que enfrenta para desempeñar esta tarea.
- ❖ Representación sobre el público televidente. Se trataba de reconocer la visión que el entrevistado tiene sobre las características del público que atiende su programa; y la utilidad que el programa reviste para el público televidente.

Identificados los productores y conductores, cuyos programas reunían esas características, nos dimos a la tarea de construir la perspectiva metodológica y la herramienta de trabajo que nos posibilitaría desarrollar el trabajo en este nivel. Metodológicamente decidimos apoyarnos en el enfoque cualitativo y la perspectiva etnográfica, que nos permitiera trabajar con fuentes directas. Técnicamente optamos por utilizar la entrevista a profundidad, para recuperar los testimonios de los sujetos-productores/conductores. Para la recuperación analítica de las formaciones culturales contenidas en las narrativas de los productores y conductores de C7, se tomaron como insumo los testimonios vertidos. Se partió del presupuesto de que lo que interesaba reconocer era, fundamentalmente, la manera en que sus enunciaciones objetivaban elementos estructurantes de sus formaciones culturales. Interesaba no el discurso de la persona como productores o conductores en lo individual, sino la expresión discursiva de sujetos que en sus decires visibilizan dimensiones estructurales-sociales (objetivas) y culturales-simbólicas (intersubjetivas) resultado de la sedimentación de sus experiencias significativas interiorizadas, presentes y pasadas.

Se consideró que para reconocer los elementos de las formaciones culturales contenidas en los discursos era necesario contar con un referente conceptual que sirviera como guía desestructuradora que permitiera apropiarse de dichos elementos. Este referente fue tomado del trabajo previo realizado, donde, a raíz de un proceso de reconstrucción analítica se configuró una categoría susceptible de ser operacionalizada: la de *formaciones culturales*.

También se creyó necesario precisar algunos elementos y dimensiones estructuradores de esta categoría (*formaciones culturales*), de tal manera que pudieran utilizarse como referentes empíricos que apoyaran la lectura analítica de las expresiones discursivas de productores y conductores entrevistados. Los referentes utilizados fueron básicamente los siguientes: a) los sujetos como constructores de prácticas culturales; b) los elementos en que se objetiva la cultura (prácticas, hábitos, costumbres instrumentos, objetos, reglas, normas, modos de vida, técnicas, instituciones, saberes, estrategias y tácticas, formas simbólicas, auto-percepciones, valores, mitos, concepciones, creencias, representaciones, imaginarios e identidad; c) la formación cultural en sus diversas expresiones (como herencia social para las diferentes generaciones, como configuradora de la multidimensionalidad del sujeto, en su función de poder; y como campo de lucha por la significación legítima); d) los procesos, que desde las formaciones culturales, posibilitan la reproducción de la cultura (interiorización, sedimentación, objetivación

institucional, objetivación de dispositivos, organización, instituciones, programas de acción, sentidos compartidos), generada y generadora; e) la función condicionante de los contextos históricos (configuraciones socio-estructurales y representaciones sociales); f) las formas de resistencia cultural desde las formaciones culturales; g) las prácticas discursivas (tradiciones discursivas colectivas-anónimas y acontecimientos discursivos) contenidas en las formaciones culturales; h) los espacios de la discursividad de las formaciones culturales; i) las disposiciones duraderas (*habitus*) presentes en las formaciones culturales; j) y los campos de interacción activados y activantes desde las formaciones culturales.

También se vio la necesidad de dotar de una estructura expositiva particular al análisis y a la presentación de los resultados, que no sigue necesariamente el mismo camino lógico que se recorrió en la investigación. Y es que se partió de la idea de que mientras la lógica de investigación tiene como finalidad apropiarse del objeto investigado, la lógica de exposición busca, esencialmente, dar cuenta del proceso construido y presentar de manera clara y sistemática los resultados obtenidos.

Entonces, para realizar la interpretación de los resultados de las entrevistas se partió de una nueva lectura general de lo expresado por productores y conductores. Tomando como referencia el conjunto de lo declarado, se realizó una síntesis de lo fundamental expresado por los sujetos entrevistados, buscando a partir de esto, construir un perfil general de la persona entrevistada, que sirviera como antecedente facilitador para la comprensión de aspectos que le dotan de singularidad. La aproximación al reconocimiento de las formaciones culturales fue categorizado haciendo uso de niveles ya mencionados. Esta estructuración respondió a una lógica intencionada de transitar de lo particular, concreto, estructural y micro, para luego abordar lo general, abstracto, subjetivo y macro, para luego volver a lo concreto objetivado. Este recorrido siempre colocó al sujeto-productor/conductor y sus enunciaciones discursivas como el eje de referencia permanente. Buscando construir una sintaxis que respondiera a esta lógica es que se comienza por la ubicación estructural del sujeto, su auto-percepción, creencias, gustos y valoraciones, para después abordar las problemáticas contextuales más generales, luego identificar los escenarios institucionales, hasta llegar a las prácticas televisivas.

2.9.2 Metodología para el reconocimiento de la dimensión narrativa y de representación de los sujetos en los programas.

En su dimensión metodológica, el estudio de las narrativas y las representaciones contenidas en los programas televisivos objetos de investigación lo planteamos estableciendo las siguientes fases: 1. La descripción de las características estructurales de los programas²⁵¹; 2. La lectura de las imágenes contenidas en la estructura general de estos programas; 3. La lectura semiótica de la entrada de los cuatro programas analizados; 5. El análisis de las construcciones narrativas y las representaciones generadas a partir de los programas materia de estudio. Para cada uno de las fases de interpretación se diseñó una metodología particular que permitiera orientar ese momento procesual, pero siempre teniendo como punto de referencia la estrategia metodológica general de donde se desprendieron los hilos epistemológicos y conceptuales, construidos con anterioridad pero revisados continuamente, conforme fuimos avanzando en la aproximación comprensiva a la realidad de estudio. De esta manera se buscó que cada uno de los niveles de análisis considerados mantuviera una articulación no simplemente lógica sino, además, estructural y con referencia a lo real. A continuación presentamos algunos presupuestos que orientaron la construcción de los recorridos metodológicos particulares y las características particulares que adoptó el itinerario metodológico planteado en cada una de las fases mencionadas.

Partimos del hecho de establecer que los programas televisivos analizados se constituyen en narrativas intertextuales que objetivan aspectos de las formaciones culturales de los productores y conductores televisivos. De la misma manera reconocimos que estas narrativas son el referente para entender la construcción de representaciones sociales sobre los sujetos que ahí participan. También consideramos que en la discursividad que manifiestan y en las representaciones que generan estas narrativas intervienen elementos asociados a estructuras, lenguajes, códigos y elementos propios del medio televisivo.

²⁵¹ En un primer momento realizamos un proceso de revisión general de la estructura y contenidos de cada uno de los programas motivo de estudio. Esta labor nos permitió identificar la importancia de poner atención en el estudio de la *entrada* de cada uno de los programas, como elemento distintivo que posibilita precisar su identificación. También nos permitió realizar un recuento del conjunto de elementos técnicos, visuales y de oralidad presentes en cada programa, al mismo tiempo que reconocer la estructura, sintaxis, género y tiempos utilizados en cada uno de éstos. Contar con este panorama permitió afinar la orientación de la mirada investigativa en la medida que posibilitó precisar no sólo el tipo de tareas prácticas a desarrollar, sino además su sentido, los respaldos conceptuales y la articulación con las construcciones previamente realizadas. Después de esta revisión general de los programas, los conceptos y las categorías se redimensionaron, se les pudo dar mayor claridad, lo cual incrementó su utilidad. Esta misma revisión permitió clarificar de manera más contundente qué aspectos y dimensiones mantener dentro del interés de investigación, y a qué nivel jerárquico hacerlo, y qué aspectos dejar de considerar. Es claro que nada de esto hubiera sido posible sin el recorrido previo, que sirvió como elemento de continuidad que justificó las pequeñas rupturas metodológicas respecto a lo prediseñado. La visión de conjunto posibilitó la construcción de una estrategia metodológica también abarcadora, y ayudó a la clarificación de la forma y el sentido particular de cada momento del trabajo de análisis.

En el terreno teórico utilizamos las tres categorías de análisis, que venimos reconstruyendo a lo largo de la investigación: *formaciones culturales de productores y conductores, narrativas televisivas y representaciones sociales televisivas*. El análisis de las formaciones culturales de los productores y conductores televisivos se contempló como un punto de llegada metodológico y conceptual, al mismo tiempo que un punto de partida para contextualizar el análisis de las narrativas y representaciones sociales televisivas construidas sobre los sujetos que ahí se presentan²⁵².

Asimismo fue importante considerar que frecuentemente en indagaciones sobre medios, el estudio del consumo de la audiencia es considerado como un momento separado del estudio de los mensajes. Esto opera bajo una lógica simple: el investigador estudia los mensajes desde su propio marco conceptual; hace su análisis, generalmente deductivo, de las formas y/o los contenidos de los mensajes; construye sus propias interpretaciones; y establece sus proyecciones analíticas²⁵³. En este trabajo se pretendió romper con esta lógica. Consideramos que quien debe aportar la información sobre los propios significados generados por los programas televisivos son los televidentes. No es que uno como investigador se desentienda y traslade la responsabilidad de la construcción reflexiva a los sujetos de la audiencia, no. De lo que se trata es de buscar apoyo fundamental en el sujeto para construir el análisis no simplemente “sobre el sujeto”, sino “desde y sobre el sujeto”. Por estas razones se encontrará que en cada uno de los momentos de análisis de las narrativas y las representaciones contenidas en los programas televisivos recurrimos insistentemente a la tarea de establecer un diálogo doble: con el sujeto productor y conductor, y con el sujeto televidente. Esto posibilitó que la voz del investigador

²⁵² Una de las preocupaciones constantes en esta fase del estudio fue el mantener una vigilancia estricta respecto a la manera de construir las interpretaciones de las formas narrativas visuales y verbales, y sobre la definición del tipo de representaciones sociales que sobre los sujetos se construyen en los programas televisivos estudiados. Cuidamos con mucho tiento el no quedar sujetos a una interpretación lógica y estructural inmanente de la información proporcionada por la realidad de estudio. Pensamos que el hacer esto implicaba un “protagonismo subjetivo” extremo de parte de quien investiga. Siendo consecuentes con la perspectiva conceptual sobre la importancia de la presencia activa del sujeto social en la investigación, fue que en todo momento se buscó dialogar con televidentes para que fueran ellos los que aportaran los significados fundamentales que reconocen en cada uno de los programas a sus diferentes niveles (temática, tratamiento, género, lenguaje, sujetos). Esta “consulta” permanente con sujetos y grupos de consumidores de estos programas televisivos no sólo permitió mantener bajo control las interpretaciones propias, sino que fue transparentando el trabajo anteriormente realizado, donde la preocupación era la reconstrucción de las formaciones culturales de los sujetos-productores-conductores de los programas estudiados.

²⁵³ Todo esto sin considerar en ningún momento a los consumidores de estos mensajes. Es una especie de “solipsismo metodológico”, que deja dentro a los sujetos representados en los mensajes, pero coloca fuera a los sujetos reales que construyen representaciones desde, pero también más allá del mensaje percibido. Bajo esta misma lógica el sujeto hace su aparición en la fase de consumo de los mensajes, y ahí sí se echa mano de múltiples técnicas para conocer los puntos de vista de los integrantes de la audiencia de los mensajes. Esto lleva finalmente al investigador a comparar su propio análisis (desde la fase de circulación de mensajes) con la de los televidentes (desde la fase de recepción de mensajes). Así la presencia del televidente se reduce a una fase en el recorrido del proceso comunicativo. Sus puntos de vista son pensados, en el mejor de los casos, como variable dependiente respecto al análisis de quien investiga.

fuera una “voz en diálogo” con su objeto de estudio. Los niveles metodológicos particulares de este momento del estudio se describen a continuación.

Metodología particular para la caracterización general de los programas televisivos de C7.

La metodología que buscaba favorecer la construcción de una caracterización general de los programas analizados consistió en monitorear de manera general cada uno de éstos. Se identificaron características distintivas, las cuales se agruparon en categorías que permitieran el análisis. Estas categorías fueron las siguientes: la estructura de programación; horarios y periodicidad; ubicación en el flujo inmanente del canal (la parrilla); articulación al flujo general de la televisión abierta de transmisión local; origen de su producción; soporte físico de producción; soporte de transmisión; uso del tiempo real y diferido; soporte de producción electrónico; el lugar de producción; medio y tipo de producción; naturaleza de la imagen; secuencia de producción; estilo de producción; género, formato, escenarios y decorados, mobiliario, objeto, atrezzo e iluminación. **Metodología para comprender el lenguaje de imágenes de los programas.** Para reconocer y comprender el lenguaje de imágenes desarrollamos una primera tarea de reconocimiento de las características inmediatas, visibles, aparentes, de cada uno de los programas atendidos en este estudio. Esta labor se hizo a través de dos caminos fundamentales: el monitoreo de los programas grabados y la observación *in situ* de la realización de algunos de ellos. A la par de la observación se fueron constituyendo fichas de registro de los elementos observados. Sobre esta base se desarrollaron descripciones de los recursos visuales utilizados en cada uno de los programas entre los que se consideraron los objetos, las formas, los colores, la iluminación y la configuración de la escenografía de los programas. El lenguaje visual del vestido y sus accesorios, y las características físicas de cada uno de los conductores e invitados. El lenguaje kinestésico (posturas y movimientos corporales). Esta información permitió el reconocer relaciones entre elementos, agrupamiento y jerarquizaciones, lo cual se tradujo en la posibilidad de establecer algunas categorías que permitieran articular la información obtenida y anunciar los conceptos que el estudio exigía para lograr la lectura analítica posterior. A partir de estos elementos visuales se establece la manera en que las formaciones culturales de productores y conductores se objetiva en el lenguaje visual que en conjunto se utiliza en cada uno de los programas analizados. Posteriormente, tomando en

cuenta esta misma información procesada y sistematizada, se buscó realizar una interpretación de las narrativas visuales contenidas en los programas considerando los indicadores de objeto, soporte y variante, contruidos a partir de las tomas de cámara realizadas a lo largo de los programas. De la misma manera se buscó identificar las funciones que cumplen las imágenes en la estructuración de las narrativas y las representaciones propias de los programas. Se consideraron las siguientes funciones: *motivadora, vicarial, catalización de experiencias, informativa, explicativa, redundante y estética*. Asimismo se trabajó en la identificación del tipo de imágenes contruidas clasificadas a partir de las categorías de *imágenes de situación, imágenes fantásticas, imágenes factuales, imágenes simbólicas, imágenes identificativas, imágenes recapitulativas e imágenes concetivas*. Para finalmente realizar una interpretación del sentido que adquieren estos elementos en el contexto de los diferentes programas. **Metodología para la lectura estructural de los programas televisivos.** Consideramos que una de las formas para conseguir identificar lo que tienen de narrativo los programas televisivos, en qué consiste esta dimensión y la implicación tiene esta caracterización para el estudio, era reconstruir los programas de interés a partir de conceptos como discurso, narrativa y relato, cuya función ordenadora sería útil para diseñar la metodología que nos permitiera abordar empíricamente a la dimensión narrativa de los programas televisivos analizados²⁵⁴. Con referencia a estos conceptos se establecieron algunos presupuestos que justificaran y sintetizaran el trabajo que se realizaría: a) que la televisión tiene su propio lenguaje, a través del cuál los productores y conductores televisivos contruyen sus narrativas y, con ellas, las representaciones sobre los diferentes sujetos; b) Que este nivel se constituye en un punto de entrada metodológico fundamental para el análisis en la medida que partimos del presupuesto de que en el lenguaje se encuentran objetivadas las intersubjetividades de los sujetos que como creadores técnicos de cada programa, plasman también sus biografías personales socialmente configuradas; c) Que como expresión de lenguaje se constituye en una forma material que puede permitir el acceso para identificar aspectos fundamentales de la dimensión social-estructural y de las relaciones de poder que se mantienen en el terreno social, así como las formas en que se hacen presentes en las narrativas las formaciones culturales de los productores (con sus dispositivos, creencias,

²⁵⁴ Reguillo (2000) sugiere un esquema heurístico para el análisis, que considere cuatro planos: formación discursiva (formación histórica/plano institucionalizado); campo de discursividad (espacio social, relaciones de fuerza); estrategias discursivas (posiciones diferenciales y ámbitos de decisiones de los actores); y narrativas (plano del relato/concreciones). Nosotros nos encontramos en el último momento.

modelos, etc.); d) Que poseen formas de configuración que resultan del uso concreto de estrategias, tácticas y recursos de construcción televisiva, que en conjunción con las formaciones culturales de productores/conductores permiten proyectar una representación de aquellos sujetos sociales de interés; e) Que es con las expresiones del lenguaje narrativo y generador de representaciones que los televidentes dialogan con las producciones desde sus propias biografías socialmente intersubjetivas favoreciendo una generación de sentidos como representaciones sobre los sujetos sociales ya representados; f) Que por esta razón es tan importante el desestructurar las expresiones del lenguaje utilizado en los programas televisivos motivo de estudio, hasta llevar esta tarea al reconocimiento de las unidades mínimas de sentido, para después desarrollar la tarea de re-estructuración sígnica, sintagmática y discursiva que nos permita apropiarnos de un sentido construido desde el análisis, tratando de dialogar con los sentidos construidos y percibidos tanto por los productores-conductores de los programas como por los consumidores.

Bajo estos criterios decidimos recuperar en este estudio la dimensión narrativa de los programas televisivos producidos en la televisión cultural, pero siempre con referencia a los contextos que les enmarcan²⁵⁵. En un primer momento, bajo la misma lógica estructural que Barroso (2002: 204) visualizamos a los programas televisivos analizados como “... cada una de las unidades independientes (de contenido) que conforman la programación de una emisión”. Hablar de caracterización técnica de estos programas implica referirse a aquellos elementos materiales y procesos de construcción fundamentales, que intervienen en el proceso de elaboración de un programa televisivo, y que cumplen una función de mediación en la configuración del producto final considerado como narrativa. **Metodología para la lectura semiótica de las narrativas y las representaciones de la entrada de los programas.** La entrada de un programa televisivo es el segmento inicial que permite la identificación singularizada del propio programa. Se construye con el propósito de atraer la atención de la audiencia, de presentarse como oferta de consumo y de dotar de identidad al programa. Esta entrada tiene un peso fundamental en la definición del sentido del programa y en la posibilidad de atraer la permanencia del televidente. Se constituye como una síntesis del conjunto del

²⁵⁵ En este sentido consideramos pertinente la advertencia que plantea Rossana Reguillo cuando señala: “Pero si bien es cierto que sólo a través del discurso los actores sociales son capaces de referir(se) subjetivamente al mundo en actitud objetivante, el riesgo de conferir una centralidad no problematizada al orden del discurso es el de pensar el poder del discurso en el discurso mismo” (Reguillo, 2000: 51)

programa. Son variados los recursos que se utilizan en su construcción (imágenes, sonidos, secuencias, gráficos, ritmo). Para esta investigación estas entradas o identificaciones de programas las consideramos como formas discursivas de interés en la medida que son el punto de contacto reiterado entre los sujetos televidentes y la propuesta ofrecida por productores y conductores. Buena parte de lo que constituye la entrada se repite como promocional a lo largo del despliegue de la programación, además de que en cada uno de los cortes (cuatro, regularmente) se inserta, casi en su totalidad, como *cortinillas de entrada y de salida* de corte la propuesta de identificación, a través del uso de diferentes recursos²⁵⁶. Además de que estas *entradas* pueden considerarse micro-discursos que reúnen todas las exigencias metodológicas para ser considerados en el estudio. Partimos de la idea de que estas entradas tienen una dimensión narrativa y una de representación social de sujetos. Para desarrollar esta parte del trabajo nos dimos a la tarea de revisar cada una de las entradas de los cuatro programas analizados. Se reconocieron con detalle sus elementos visuales, sonoros y gráficos, así como las secuencias con las que se construyeron. Una vez realizada esta tarea nos dimos a la tarea de registrar por escrito y con diagramas y bocetos de apoyo la estructura y la sintaxis de estos segmentos programáticos. Esta labor se hizo indispensable no sólo por una necesidad general de aproximarse a la forma/contenido de estas narrativas, sino porque así lo exigía la propia perspectiva semiótica peirciana/jenseniana desde donde se realizó el abordaje. De la misma manera, partiendo de los presupuestos semióticos se trató de re-construir el sentido de los mensajes analizados buscando la colaboración constante de los consumidores de estos programas televisivos. ¿Qué reconocen los televidentes de estas entradas programáticas? ¿Qué les significan los elementos reconocidos? ¿Cuál es el sentido general que le otorgan a los mensajes percibidos? Estas fueron las preguntas orientadoras de esta fase de la investigación. Al nivel teórico partimos de presupuestos semióticos desarrollados con anterioridad por Ch. S. Peirce y K. B. Jensen²⁵⁷. Consideramos el planteamiento general sobre la necesidad de

²⁵⁶ Por política de C7, cada programa aplica cuatro cortes de identificación de canal. Regularmente después de que el conductor manda a corte se presenta una *cortinilla de salida*, que es idéntica o parecida a la entrada del programa. De regreso de corte, también se acostumbra poner una cortinilla llamada *de entrada*. Esto quiere decir que el espectador que ve el programa desde su inicio tiene acceso a este tipo de imágenes en promedio nueve veces en el lapso de una hora.

²⁵⁷ En el texto de Klaus Bruhn Jensen, *The social semiotics of mass communication*, encontramos un profundo interés por entender las transformaciones que tan vertiginosamente vienen desarrollándose en el entorno mundial, al mismo tiempo que identificamos su preocupación por diseñar una estrategia teórico-metodológica que se oriente específicamente al ámbito de la comunicación. Para Jensen, la comunicación de masas se constituye en una forma de reflexividad lógica e institucionalizada que produce y circula significados en la sociedad moderna. Es una variedad de la semiosis social, una práctica discursiva social en contexto. Señala que este tipo de comunicación integra productos estéticos, procesos cotidianos, prácticas sociales y vehículos para la expresión de las manifestaciones culturales (Jensen, 1995: 55). También toma postura

adentrarse hermenéuticamente en la comprensión de la realidad de interés, que nos permita rebasar el conocimiento de *primeridad* (inmediato, práctico, sensible) ya antes conceptualizado por Peirce (1986, 1987). Conceptos fundamentales para desarrollar el análisis fueron el signo o representamen,²⁵⁸ el objeto²⁵⁹ y el interpretante²⁶⁰. Asociados a estos conceptos se consideró el proceso de semiosis infinita²⁶¹ en que desemboca la producción de sentidos. Todo el trabajo de interpretación estuvo fundamentado por el modelo triádico²⁶² desarrollado por Charles S. Peirce.

sobre la perspectiva desde la cual se puede intentar un recorrido comprensivo y de acción social ante estas manifestaciones del mundo actual. Este camino se adhiere al paradigma del pragmatismo. Para él esta corriente representa una tercera alternativa entre teoría de la comunicación y la política, mediando entre ciencias sociales y humanidades. Aclara Jensen: “Las características distintivas del pragmatismo pueden enlistarse con referencia a su concepción de semiosis y acción. Primero, el pragmatismo define a la semiosis en en términos generales como un elemento constitutivo de toda percepción y cognición humana...Semiosis...es definida no como un sistema, pero sí como un continuo proceso de significación que orienta la cognición y la acción humana” (Jensen, 1995: 11) Y agrega: “Segundo, el pragmatismo define la representación del mundo a través de los signos simplemente como una forma de acción social” (Jensen, 1995: 11). Considerando las características del mundo actual, Jensen propone una alternativa pragmático-semiótica para el estudio de la comunicación: “La comprensión de la comunicación de masas como una variedad de la semiosis social representa una nueva alternativa en los estudios de comunicación, dado que provee de una especificación conceptual y una fundamentación metodológica de cómo estudiar a la comunicación de masas como una práctica discursiva contextualizada socialmente” (Peirce, 1987: 15). Busca recuperar la propuesta semiótica de Charles Sanders Peirce tanto en sus niveles conceptuales como metodológicos. Sobre todo pone atención en el modelo tan singular desarrollado por este filósofo. En este sentido se puede entender lo que dice: “Con su modelo triádico de experiencia, Pierce busca trascender el persistente dualismo en Kant, incorporando al agente interpretante dentro de la categoría general de los signos” (Jensen, 1995: 22) Como parte de este posicionamiento de la semiótica Jensen destaca que un “...importante diálogo interdisciplinario examina la comunicación de masas simultáneamente como un fenómeno social-material y como un fenómeno semiótico discursivo...” (Jensen, 1995: 3). Desde nuestro punto de vista, comprender a Jensen nos remite a explicitar algunos presupuestos conceptuales básicos formulados por el propio Peirce. Por ejemplo ¿qué entiende por semiótica este autor? Nos dice que: “La lógica, en su sentido general, es...sólo otro nombre de la *semiótica*...la doctrina “cuasi-necesaria”, o formal, de los signos” (Peirce, 1986: 21).

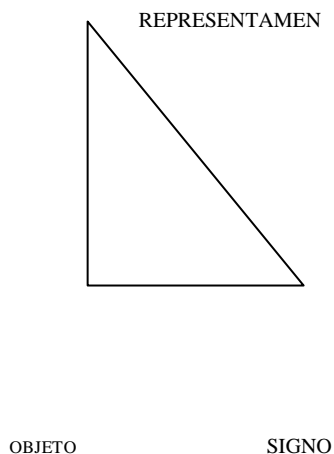
²⁵⁸ Sobre el signo Peirce señala de entrada una característica fundamental: “La palabra Signo será usada para denotar un Objeto perceptible, o solamente imaginable, o aun inimaginable en un cierto sentido” (Peirce, 1986: 23) Y plantea una primera condicionante funcional para que un signo sea considerado como tal. Dice: “Para que algo sea un Signo, debe ‘representar’, como solemos decir, a otra cosa, llamada su *Objeto*...” (Peirce, 1986: 23). Bajo esta misma lógica en otro momento plantea que “...ningún Representamen funciona realmente como tal hasta que no determina realmente a un Interpretante, sin embargo se convertirá en un Representamen tan pronto como es plenamente capaz de hacerlo...” (Peirce, 1986: 46)

²⁵⁹ Continuando con Peirce, éste señala sobre el Objeto de la triada que “... es aquello acerca de lo cual el Signo presupone un conocimiento para que sea posible proveer alguna información adicional sobre el mismo” (Peirce, 1986: 24) Y más adelante plantea que: “Los objetos –dado que un Signo puede tener cualquier número de Objetos- pueden ser una cosa singular conocida existente, o que se crea que haya existido, o que se espera que exista, o un conjunto de tales cosas, o una cualidad o relación o hechos conocidos, de los cuales cada Objeto singular puede ser un conjunto o reunión de partes, o puede tener algún otro modo de ser...” (Peirce, 1986: 25)

²⁶⁰ Sobre este elemento de la triada Peirce plantea: “Ya he señalado que todo Signo tiene un Objeto y un Interpretante, y que este último es lo que el Signo produce en la Cuasi-mente que es el Intérprete, determinando en él una sensación, un esfuerzo o un Signo; y es precisamente esta determinación la que se denomina Interpretante” (Peirce, 1986: 65) Respecto al mismo concepto de Interpretante Jensen señala que: “Los interpretantes son los signos mediante los cuales la gente orienta su interacción por sí misma con la realidad de cosas, eventos y discursos” (Jensen, 1995: 22) Desde la perspectiva de Jensen (1995: 16-35) los interpretantes son los signos a través de los cuales las personas se orientan e interactúan con la realidad. El interpretante nunca es idéntico al agente interpretativo. Siendo un signo el interpretante llamado en sí mismo sobre otro interpretante, y así al infinito. La interpretación es un proceso continuo en la interacción humana con la realidad. No es que el agente interpretativo sea separado de su forma material y de su realidad social.

²⁶¹ La interpretación final remarca el carácter infinito de la semiosis. Esta interpretación final es el efecto que el signo podría tener en cualquier mente en cualquier circunstancia. El significado actúa como un preformativo que reorienta el conocimiento y la acción de la audiencia en sus contextos específicos. Para Jensen existen rutas prototípicas de semiosis y formas de acción: la cognición, la comunicación, la interacción y la reflexividad (Jensen, 1995: 36-52)

²⁶² Respecto al tratamiento triádico característico de su modelo, Pierce explicita que los signos aparecen como el referente fundamental de esa doctrina llamada semiótica y establecen una relación articulada con un objeto y un interpretante. Pierce lo dice de esta manera: “Un *Signo* o *Representamen*, es un Primero que está en relación triádica genuina con un Segundo, llamado *Objeto* como para ser capaz de determinar a un tercero llamado *interpretante*, a asumir con su Objeto la misma relación triádica en la que el está en el mismo objeto...Un Signo es un Representamen con un interpretante mental” (Peirce, 1986: 45) En otras palabras: “Un signo representa la idea que produce o modifica. Es un vehículo que transmite a la mente algo desde afuera. Aquello que representa se llama su *objeto*; aquello que transmite, su *significado*, y la idea que origina, su *interpretante*” (Peirce, 1987: 167) En el terreno práctico, la interrelación de los elementos de la triada comienza a prefigurarse



Teniendo como referencia estos elementos, pensamos en el caso concreto de la secuencia de imágenes que estructuran la entrada de los programas analizados, considerados como un flujo particular ofrecido, dentro del conjunto de elementos de programación, que constituyen el flujo total a partir del conjunto de la programación de este canal. La secuencia metodológica considerada para desarrollar este análisis, en términos generales fue el siguiente: 1°. Grabación-registro de las entradas de cada uno de los programas objeto de estudio; 2°. Primera revisión del contenido de cada uno de los programas analizados; 3°. Presentación de este material videográfico a los sujetos-audiencia, solicitándoles que en una hoja anotaran los elementos significativos que reconocieran en la identificación del programa de que se trataba; 4°. Se volvió a proyectar a los sujetos-audiencia la misma entrada del programa, pero ahora se les solicitó que a cada elemento reconocido visual o auditivamente se les asignara un significado desde su

cuando señala que: “Un signo o *representamen*, es algo que, para alguien representa o se refiere a algo en algún aspecto o carácter. Se dirige a alguien, esto es, crea en la mente de esa persona un signo equivalente, o, talvez, un signo aun más desarrollado. Este signo creado es a lo que llamo el *interpretante* del primer signo. El signo está en lugar de algo, su objeto. Está en lugar de ese objeto, no en todos los aspectos, sino sólo con referencia a una suerte de idea, que a veces he llamado el *fundamento* del representamen” (Peirce, 1986: 22) En este mismo sentido, Peirce precisa que: “Un *Representamen* es el Primer Correlato de una relación triádica: el segundo correlato se llamará su *Objeto*, y el posible Tercer Correlato se llamará su *Interpretante*, por cuya relación triádica el posible *Interpretante* es determinado para ser el primer Correlato de la misma relación triádica con el mismo Objeto, y para algún posible Interpretante. Un Signo es el representamen del cual algún interpretante es una cognición de alguna mente. Los Signos son los únicos representámenes que han sido muy estudiados” (Peirce, 1986: 28-29). Bajo esta lógica podemos señalar que el signo es un elemento que se percibe sensiblemente o en la imaginación. Se relaciona triádicamente con un *objeto* y un *interpretante*, y que sólo es signo en la medida que se relaciona con un interpretante a partir de un objeto, y esto es posible en la medida que el signo cumple la función de representar, generar significado y originar representaciones. Dentro de esta interrelación triádica el signo ocupa el lugar de *primeridad*. Como la representación siempre es construida por alguien y dirigida hacia otro sujeto, que a su vez se representa el signo, que representa de una manera particular una realidad, es de donde el signo aparece como elemento externo a la construcción del *interpretante*. En tanto que el *interpretante* no puede existir si no es a través de la intermediación que desarrolla el signo para generar la interpretación. Surge como representación mental.

propia perspectiva; 5°. Enseguida se sistematizó la información obtenida agrupando las respuestas a partir de los mismos elementos sintagmáticos reconocidos por los sujetos-audiencia; 6°. Posteriormente construimos la descripción de los contenidos de cada una de las entradas procurando detallar sus elementos lo más posible; 7°. Y finalmente, se estructuró la expresión gráfico-semiótica desde la que se realizó la lectura analítica de este material, además de construir las interpretaciones de cada una de las entradas, apoyándonos en los conceptos y en las categorías proporcionadas por Peirce y Jensen. **Metodología para la identificación de la dimensión narrativa y de representación de los programas estudiados.** De cada uno de los programas de interés de estudio se buscó reconocer las estrategias de representación de los sujetos sociales que se utilizaron por parte del productor, el conductor y los invitados. Se tomo como referencia las formas de construcción verbal utilizadas para relatar, y con su relato representar. Se tomaron como referentes estrategias como las siguientes: *Exclusión*, consiste en colocar fuera de la enunciación discursiva a un sujeto; *Exclusión por Supresión*, es una forma de expresión de colocar a un agente fuera de una acción. Éste queda eliminado del discurso. No se puede deducir quién es el agente ni su acción; *Exclusión por Transfondo*, es otra forma de ahuyentar al sujeto de la enunciación discursiva. Se presenta la acción, pero no se conoce al agente de la acción, aunque por la acción misma se puede inferir de quién se trata; *Inclusión*, representa el hacer presente en la enunciación discursiva a un sujeto determinado; *Inclusión por Activación*, es una forma de hacer visible al sujeto destacando la acción que realiza; *Inclusión por Pasivación*, el sujeto se hace presente en la enunciación sólo que aparece como sujeto pasivo, esto es, que se comporta como un agente que recibe la acción de otro sujeto, este sí activo; *Inclusión por Pasivación-Subjetivación*, es una modalidad de la inclusión por pasivación, sólo que en este caso la pasivación del sujeto es determinada por una caracterización subjetiva; *Inclusión por Pasivación-Beneficialización*, es una manera de incorporar discursivamente al sujeto como agente pasivo que obtiene beneficios de diferente tipo a partir de ser o estar colocado en ese estado; *Inclusión por Participación*, los sujetos son incluidos como agentes que se involucran en prácticas con otros sujetos o donde dichas prácticas se orientan hacia ellos; *Inclusión por Circunstancialización*, es una modalidad de inclusión del sujeto en el discurso destacando los contextos en que éste se ubica (temporales, espaciales, modales, etc.); *Inclusión por Posesivación*, al sujeto se le incluye en la discursividad bajo características de poseedor de bienes, ya sean materiales o simbólicos; *Inclusión-Personalización*, el sujeto es

incorporado al discurso destacando sus rasgos en tanto persona; *Inclusión-Personalización por Determinación*, la inclusión del sujeto se hace considerándola una persona singular, pero destacando la manera en que sus características propias están dadas por la mediación de otros factores; *Inclusión-Personalización-Determinación por Asociación*, la inclusión discursiva se realiza por la determinación que se hace del sujeto como persona en el discurso se basa en destacar su vínculo con un sujeto, objeto, característica o circunstancia; *Inclusión-Personalización-Determinación por Disociación*, el sujeto se incluye como persona determinada bajo criterios de separación de un sujeto, objeto o circunstancia; *Inclusión-Personalización-Determinación por Diferenciación*, el acento en la inclusión discursiva del sujeto se coloca en la diferencia o diferencias que éste mantiene respecto a otros sujetos; *Inclusión-Personalización-Determinación por Indiferenciación*, se incluye a un sujeto de manera personalizada y bajo criterios de determinación, pero asimilando estas características a otros sujetos del mismo discurso; *Inclusión-Personalización-Determinación por Categorización*, el sujeto es incorporado al discurso de manera personalizada y determinada por circunstancias, pero bajo criterios de pertenencia a un conjunto de sujetos más amplio; *Inclusión-Personalización-Determinación-Categorización por Funcionalización*, es un recurso para incluir al sujeto como persona determinada y categorizada, pero bajo criterios que contemplan la práctica funcional que cumple este sujeto en la estructura en que se encuentra inserto; *Inclusión-Personalización-Determinación-Categorización por Identificación*, el sujeto es considerado en el discurso contemplado como persona determinada y categorizada, pero destacando los rasgos de identificación personal que esta situación le otorga; *Inclusión-Personalización-Determinación-Categorización de Identificación por clasificación*, el sujeto es considerado dentro del discurso considerando sus características de personalización determinada y categorizado por sus rasgos personales, pero bajo criterios de jerarquización; *Inclusión-Personalización-Determinación-Categorización de Identificación relacional*, el sujeto se incluye destacando sus rasgos propios, pero en la medida que estas características le permiten establecer vínculos con otros sujetos; *Inclusión-Personalización-Determinación-Categorización de Identificación física*, el sujeto es reconocido en el discurso por sus características físicas personales, que permiten destacar lo que es propio a la persona; *Inclusión-Personalización-Determinación-Categorización por Apreciación*, el sujeto es incluido bajo criterios de valoración sobre las características personales determinadas y de categorización;

Inclusión-Personalización-Determinación por Nominación, el sujeto es incluido en el discurso personalizado y determinado, destacando su enunciación por el nombre que se le otorga; *Inclusión-Personalización-Determinación por Nominación-formalización*, el sujeto es incorporado al discurso de manera personalizada y determinada, y su enunciación se hace de manera nominal pero codificada de manera formal; *Inclusión-Personalización-Determinación por Nominación-semiformalización*, contrariamente al caso anterior, la enunciación del sujeto en el discurso se hace de manera semiformal, oscilando entre lo formal y lo convencional; *Inclusión-Personalización-Determinación por Nominación-informalización*, en este caso la personalización del sujeto se mantiene en su forma determinada, aunque se hace uso de la enunciación informal, más colocada en lo convencional, en un trato de confianza. *Inclusión-Personalización-Determinación por Nominación-Titulación*, es una modalidad de titulación donde se enuncia al sujeto destacando cierto rasgo de diferenciación social adquirido; *Inclusión-Personalización-Determinación por Nominación-Titulación-Honorificación*, la nominación destaca la diferencia social alcanzada por el sujeto pero esto se hace destacando su sentido de distinción, de jerarquía social; *Inclusión-Personalización-Determinación por Nominación-Titulación-Afiliación*, el sujeto es nombrado haciendo referencia a su tipo de pertenencia a un grupo o una institución; *Inclusión-Personalización-Determinación por Nominación-Destitulación*, en este caso, el sujeto es nombrado en el discurso omitiendo cualquier diferenciación social adquirida o incluso acentuando la carencia de ésta; *Inclusión-Personalización-Determinación por Singularización*, el sujeto es considerado en el discurso destacando aquellas características que permiten reconocerlo como un individuo con características específicas, que lo hacen diferente a otros sujetos; *Inclusión-Personalización-Determinación por Simbolización*, el sujeto es incluido en el discurso a través de recursos que destacan su relación con alguna forma de sentido resultado de su relación con alguna forma simbólica; *Inclusión-Personalización-Determinación por Connotación*, se incorpora un sujeto al discurso destacando los significados asociados a la posesión de determinadas características propias de él; *Inclusión-Personalización-Determinación por Distanciación*, el sujeto se presenta en el discurso acentuando su separación de un referente que puede ser otro sujeto, objeto, circunstancia o situación; *Inclusión por Generalización*, es una modalidad que puede manifestarse como personalización o impersonalización del sujeto. Adjudica una característica a un conjunto de sujetos, haciéndolos portadores y partícipes de ésta; *Inclusión por*

Especificación, de la misma manera, este recurso puede utilizarse para incluir discursivamente a un sujeto personal o impersonalmente, sólo que en este caso se destacan características muy singulares asociados al sujeto no importa que este se encuentre personificado o no; *Inclusión-Impersonalización por Abstracción*, se incluye al sujeto sin especificar de quién se trata, se destacan rasgos conceptuales con los que se le asocia; *Inclusión-Impersonalización por objetivación*, se muestran las formas materiales en que se expresa la presencia del sujeto, aunque no se precise de quién se trata.

Metodología para el estudio del consumo y construcción de representaciones por parte del televidente de los programas de C7. El propósito fundamental que nos fijamos para el desarrollo de esta fase del estudio fue el reconocer algunas de las mediaciones que operan en el proceso de consumo televisivo de los televidentes de los programas estudiados y el tipo de representaciones sociales que éstos se forman sobre los sujetos proyectados en la pantalla. Para este trabajo se seleccionaron cuatro personas susceptibles de ser entrevistadas por cada programa televisivo analizado. Las entrevistas se realizaron de manera personal, cara a cara, en diferentes lugares (casas, calle, negocios, escuela), y de manera indirecta (telefónicamente) en el lapso de tres semanas (octubre-noviembre de 2006). Las personas consultadas sobre el programa *Póptico y Modular* se seleccionaron de grupos académicos de la Secundaria Técnica 157, ubicada en la colonia “La Magdalena”, Tesistán, municipio de Zapopan. Se consideró para esta selección que los jóvenes hubieran visto alguno de estos programas o bien, estuvieran en disposición de verlo por vez primera. En este caso se les dotó del material videográfico respectivo. El material consumido fue un programa completo de *Póptico* y uno de *Modular*. Una vez que los estudiantes apreciaron los programas, se platicó con ellos utilizando un cuestionario guía, pero también se abrió la plática hacia temas no necesariamente considerados en el cuestionario original. De cada uno de los estudiantes entrevistados se registraron sus opiniones audiográficamente. Posteriormente nuestra tarea fue transcribir literalmente lo dicho por ellos. En el caso de los entrevistados para los programas *Estrategias al Cubo* y *Cantares y Costumbres*, el trabajo de selección se hizo a partir de hacer uso de las papeletas de registro que contienen las llamadas recibidas en el programa analizado. Se eligieron al azar diez personas por cada programa, con la intención de solicitar la colaboración por parte de cuatro. Las entrevistas se realizaron telefónicamente por ser esta la forma elegida por los televidentes. Se les pidió su consentimiento para que el diálogo establecido con ellos pudiera ser grabado, transcrito y analizado. Desde un primer momento se

les explico el sentido y la finalidad del trabajo de investigación que se estaba realizando. Con la aprobación de cada uno de ellos fue que se registraron la información que proporcionaron y sus puntos de vista sobre diferentes aspectos de interés para el estudio. Aspectos que nos interesaba rescatar a partir de estas entrevistas eran: datos generales como nombre, edad, sexo, ocupación, lugar de vivienda, nivel de estudios y nivel socioeconómico en el que se reconocían; los guiones de los sujetos televidentes manifiestos en la meta a conseguir en la vida; la pertenencia a algún grupo de adscripción, que permitiera reconocer la presencia de comunidades de apropiación de sentido de los contenidos de los programas; el tipo de consumo de medios como radio, prensa, internet, y el tipo de géneros consumidos objetivado en tipos de programas que acostumbraban ver y aquellos que no acostumbran consumir; la experiencia situacional de interactuar con la televisión a partir de identificar el lugar desde donde se consumen los programas televisivos y el espacio donde se encuentra colocado el aparato receptor; las formas de consumo del medio televisivo identificadas a través de saber lo que hace mientras ve la televisión y el con quién ve la programación consumida; los horarios y los tiempos de consumo de los programas de televisión; los referentes compartidos de identidad a partir del consumo relacionado con el conocer a otras personas que también ven el mismo programa y comentar con ellas lo visto; lo que más gusta del programa motivo de estudio, buscando reconocer las gramáticas de decodificación, los criterios de significación temática y las categorías anticipatorias para buscar contenidos de interés; los criterios emotivos de selección a partir de conocer cómo se siente el entrevistado cuando ve el programa de interés; la manera práctica de objetivación de sentido en la cotidianidad a partir de conocer la opinión del entrevistado sobre la utilidad que para él tiene el programa en cuestión; y la mediación cognoscitiva relacionada con la posibilidad del entrevistado de recordar algo que vio en el programa.

CAPÍTULO 3.

DIMENSIÓN EMPÍRICA DEL ESTUDIO.

3.1 Datos sobre los referentes institucionales.

En este capítulo nuestro propósito es presentar los resultados prácticos que se obtuvieron del trabajo empírico realizado. Se da cuenta del estudio realizado sobre la Secretaría de Cultura de Jalisco (SC), en relación con sus políticas y configuraciones sistémicas. Se establecen las referencias generales sobre lo que es el Sistema Jalisciense de Radio y Televisión (SJRYT). Presentamos un panorama de lo que es Canal 7 (C7). Hablamos de lo que son las formaciones culturales de productores y conductores de este canal público. Mostramos resultados del análisis de la entrada de los programas analizados, del lenguaje de imágenes de los programas y de las secuencias narrativas de la *entrada* de estos programas. De la misma manera se ofrece una propuesta de lectura analítico-semiótica de las entradas de los programas. Se presentan resultados que se desprenden del análisis de las dimensiones narrativas y de representaciones de los programas. Y finalmente, se presentan resultados del estudio del consumo de los programas analizados por parte de los televidentes y las representaciones que generan.

3.1.1 Secretaría de Cultura de Jalisco²⁶³ (SC), políticas y configuraciones sistémicas.

²⁶³ En 1989, el Congreso de Jalisco aprobó una nueva Ley Orgánica del Poder Ejecutivo de Jalisco. Esta entró en vigor el 1° de marzo de 1989.

Con ella se constituyó la Secretaría de Educación y Cultura (SEC)

“responsable de dar cumplimiento a las obligaciones del Estado en materia de educación y de fomentar la cultura y las artes” (Art. 35), y entre cuyas funciones se hallaba la de “formular y ejecutar la política de desarrollo educativo y cultural del Gobierno del Estado” (Art. 35, I). Esta ley cedía a la Secretaría de Educación y Cultura la responsabilidad del manejo del Departamento de Bellas Artes y la XEJB y establecía que la propia Secretaría se haría cargo del manejo del Departamento de Bellas Artes y la XEJB y establecía que la propia Secretaría se encargaría de coordinar, “antes de su reestructuración definitiva”, entidades como el Instituto Cultural Cabañas y la Orquesta Filarmónica de Jalisco. Mediante el acuerdo del Ejecutivo estatal, a principios de 1989 se creó el Consejo Estatal para la Cultura y las Artes (CECA), órgano que, al igual que su modelo el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, fue establecido para “mantener permanente diálogo en la materia (cultural) entre las autoridades y la comunidad artística e intelectual en particular, así como la sociedad en general” (Capítulo VIII, Art. 59). El surgimiento de este organismo se da en contextos de una rearticulación entre el poder federal y el cuerpo de intelectuales y artistas mexicanos. El gobierno de Carlos Salinas de Gortari consideró como parte indispensable de su estrategia política un vínculo institucional con artistas, intelectuales y creadores. A través de espacios, recursos y canonías buscó cooptar hacia los espacios oficiales a aquellas voces que pudieran obstaculizar no sólo su proyecto cultural, sino también su proyecto de país, en todos los órdenes. La creación de la SC representó una centralización del mando de la política cultural en el ejecutivo estatal. Considérese como evidencia que el titular de la SC es nombrado, y en su caso removido, por el Gobernador en turno. De esta manera, los días 20 y 22 de agosto de 1992 aparecieron publicados en el periódico oficial El Estado de Jalisco (decreto No. 14780 y el No. 14786), las nuevas disposiciones aprobadas por el Congreso, que derivaron en tres formulaciones principales: a) La creación de la Secretaría de Cultura del Estado de Jalisco; b) La reasignación de atribuciones a las instituciones públicas relacionadas con el quehacer cultural del estado; c) La desaparición orgánica en algunos casos y el reagrupamiento, en otros, en torno a la nueva Secretaría. Operador fundamental para la creación

La Secretaría de Cultura Jalisco es una institución que cumple una función hegemónica²⁶⁴ en la definición, implementación y evaluación de las políticas culturales que se aplican en el Estado. Desde esta Secretaría se construyen definiciones sobre cultura; sobre los agentes culturales; codificaciones legales sobre el quehacer cultural; además de criterios de institucionalización de espacios, tiempos, formas, interacciones y propósitos de las actividades culturales que se desarrollan en Jalisco. En la medida que C7 depende institucionalmente de esta Secretaría, es importante presentar algunos referentes que permitan comprender el tipo de relación que se construye entre estas dos instituciones. Las actuales políticas culturales de esta institución deben comprenderse en la situación de crisis que vive el proyecto cultural de la modernidad. Las políticas de la Secretaría de Cultura Jalisco expresan una posición cultural que privilegian las dimensiones de conservación y difusión del capital patrimonial y artístico de los productores culturales de la entidad, que se encuentran ubicados dentro del ámbito institucional.

La SCJ es una institución de carácter público. Forma parte de del entretejido institucional del Estado de Jalisco y su gobierno. El campo de acción de esta Secretaría es el de la cultura, considerada, sobre todo, en el ámbito estatal²⁶⁵. Las políticas culturales generadas desde la SC sólo se comprenderán cabalmente si se les ubica en el marco de las directrices políticas más generales sustentados por el gobierno de Jalisco. Un documento fundamental que orienta esta ubicación es el Plan Estatal de Desarrollo 2001-2007 (PED). A partir de este plan se considera a la sociedad jalisciense como moderna ubicada en un contexto también de modernidad, globalización y mundialización. En este proyecto se reconoce la importancia de la creación

de esta Secretaría fue, sin duda, el propio gobernador priísta en turno: Guillermo Cossio Vidaurri. Aunque a quien correspondió materializar este proyecto fue el gobernador interino, Carlos Rivera Aceves, integrado al grupo político de Vidaurri, quien tuvo que renunciar a su responsabilidad a raíz de los acontecimientos del 22 de abril. Fue hasta junio de 1992 que fueron puestas a consideración del Congreso del Estado cuatro iniciativas de decretos en las que se establecía la ya inaplazable necesidad de independizar la Secretaría de Cultura de la entonces Secretaría de Educación y Cultura.

Debido a las anteriores reformas, las instituciones que se unificaron en torno a la Secretaría de Cultura fueron: el Departamento de Bellas Artes del Estado; el Sistema Jalisciense de Radio y Televisión; la Unidad Editorial del Estado y la Red Estatal de Bibliotecas Públicas. Como organismos descentralizados de la misma Secretaría quedaron la Orquesta Filarmónica de Jalisco, el Instituto Jalisciense de Antropología e Historia, el Consejo Estatal para la Cultura y las Artes y el Instituto Cultural Cabañas.

²⁶⁴ En este sentido es que Turner (1991: 234) señala que la estructura es un proceso que se produce y se reproduce a través de la interacción de los actores sociales y sobre coordenadas espacio-temporales específicas.

²⁶⁵ Aunque su forma de operar le asocia institucionalmente al llamado Circuito Cultural Centro-Occidente, donde se vincula con entidades federativa como las de Aguascalientes, Zacatecas, Querétaro, Michoacán, Guanajuato, Colima, San Luis Potosí y el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. También se relaciona con el gobierno federal en aristas tan exactas como la que representada por el Fondo Estatal para la Cultura y las Artes de Jalisco, y con proyectos de bibliotecas públicas, radio, televisión, danza, teatro, música, artes plásticas, arquitectura y literatura²⁶⁵. El trabajo de esta secretaría se dirige al conjunto de la población jalisciense, pero en particular a los creadores artísticos de la entidad.

artística, el patrimonio cultural, los valores, las tradiciones, las costumbres y las creencias, como riqueza cultural y aporte de Jalisco a la identidad nacional. De la misma manera se plantea como tareas el fortalecimiento de su creación artística, la conservación de su patrimonio cultural y la defensa de su identidad (PED: 86)²⁶⁶.

La SC destaca su adscripción oficial, su función de promoción, difusión, coordinación; y su posición de reconocimiento y respeto a las expresiones culturales diversas²⁶⁷. Para referirse a sí misma, la SC se auto-define como Institución. Pone acento en la dimensión de las prácticas, las cuales son nombradas de la manera siguiente: preservar, difundir, rescatar, fomentar, vincular, integrar, elevar, acrecentar, fortalecer, promover e investigar (Programa Estatal de Cultura, p. 11) Sobre todo se destacan las prácticas de rescate, preservación y difusión. El objeto de sus acciones se concentra en tres rubros: el patrimonio histórico, el patrimonio artístico y el patrimonio arquitectónico. Considera que la cultura es “(...) la conciencia y la memoria de los pueblos (...)” (Acuña PEC, p. 7) Para la SC, la cultura es una forma de expresión del ser y un estilo de vida. La cultura es conciencia, memoria y destino, y juega un papel fundamental en el desarrollo de los jaliscienses (Acuña PEC, p. 8)²⁶⁸

Son trece los organismos integrados a la SC. Entre ellos se encuentra el Sistema Jalisciense de Radio y Televisión. Hacia este organismo, la SC se propone impulsarlo y consolidarlo como un medio de comunicación social que fomente y preserve los valores artísticos, culturales, educativos y formativos propios de Jalisco, para contribuir al desarrollo integral de los ciudadanos, que consolide la identidad regional y nacional. El objetivo hacia el público es propiciar su gusto y disfrute por el arte y la cultura, así como impulsar la atención y formación

²⁶⁶ A decir del propio Plan, se requiere una sociedad con riqueza cultural, vigilante de la preservación y promoción de su patrimonio material e inmaterial. Con identidad local y nacional. Donde se respete la cultura, las tradiciones y las artes de los indígenas. Atenta a promover las disciplinas artísticas. Un estado líder en la promoción de eventos culturales. Con un equipamiento adecuado para el impulso de actividades culturales. Y donde la comunidad autogestione sus propias manifestaciones culturales.

²⁶⁷ En su visión, la SC se define como una institución para el diseño y desarrollo de programas y proyectos de calidad que coordine y descentralice el quehacer cultural y artístico en el Estado en pos de su preservación y consolidación. Sus objetivos estratégicos consisten en rescatar, preservar y acrecentar y promover el patrimonio histórico, arquitectónico y artístico del Estado; fomentar la creación artística y cultural en todas sus manifestaciones, fortalecer su difusión y promoción y lograr un mayor interés y gusto de la sociedad por la cultura y las artes; y rescatar, investigar, promover y difundir las tradiciones, costumbres, valores y todas las formas de expresión de la cultura popular jalisciense.

²⁶⁸ Para 2006 la SCJ manejó un presupuesto de aproximadamente 243 millones de pesos. Se espera que esta cantidad se incremente en 11 millones para quedar en 254.2 mdp. La SC cuenta con alrededor de 927 trabajadores considerados en la nómina de esta institución. La titular de esta Secretaría es Ma. Sofía González Luna Orendain. Las percepciones económicas que tiene son de \$60,062.50 mensuales, como resultado de una jornada laboral de 40 horas (Cfr. Periódico Público, martes 6 de diciembre de 2005. Artículo de Rebeca Pérez vega: “Cultura quiere once mdp más para 2006”. Véanse también las cifras correspondientes a la nómina de la Secretaría de Cultura de la Segunda Quincena de 2005, en la página WEB del Gobierno del Estado)

de públicos específicos. También, sensibilizar a la sociedad para que financie y participe en proyectos artístico culturales en el Estado²⁶⁹.

3.1.2 El Sistema Jalisciense de Radio y Televisión como referente institucional.

En México, algunos estados han creado instituciones de carácter público, dedicadas a la promoción cultural, educativa y formativa de la sociedad, teniendo como herramientas a los medios de comunicación. En Jalisco esta institución está representada por el Sistema Jalisciense de Radio y Televisión (SJRYT)²⁷⁰. La visión definida para el SJRYT se enuncia de la siguiente manera: “Ser una organización de medios de comunicación con cobertura estatal de prestigio y credibilidad con base en la excelencia de nuestros servicios y productos estrechamente vinculados a la sociedad”. Esta definición es el punto de partida para el desarrollo de las tareas prácticas de este organismo. La misión institucional es presentada de esta forma: “Servir a la comunidad, contribuyendo como medio creativo de comunicación, a la promoción y difusión de la cultura, la educación, la información, y el entretenimiento, coadyuvando al desarrollo integral de Jalisco”.²⁷¹ El Sistema de Radio y Televisión, además de fungir como organismo generador de información, también busca desarrollar un servicio social muy amplio²⁷². El presupuesto con el que trabajo en 2004 fue de \$ 12, 500, 000^{oo}.

El SJRYT no considera como una competencia a la televisión comercial (“... ambas entidades, los concesionarios y nosotros lo permisionarios, tenemos metas, rutas y objetivos

²⁶⁹ El Programa Estatal de Cultura se orienta hacia: El conocimiento, cuidado y difusión del patrimonio; la publicación y lectura de libros; el fortalecimiento de la infraestructura y funciones de los museos; crear y desarrollar las artes; preservar y difundir las expresiones de cultura popular; convertir a Jalisco en líder en producción y difusión artística y cultural; y crear público que guste y disfrute de la cultura y las artes.

²⁷⁰ Este fue creado en 1991, durante el gobierno de Guillermo Cossío Vidaurri. Este mandatario estatal obtuvo del gobierno federal, de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes el permiso para operar una televisora de orden cultural. Este proyecto ya había sido solicitado con anterioridad por la Universidad de Guadalajara, sin embargo, el Gobernador logró que fuera el permiso para el gobierno del estado de Jalisco. El sistema entró en operaciones el 16 de enero de 1991. A la estructura original del SJRYT se integraron la XEJB, AM (estación con 63 años al aire) y la XEJB FM. Estas dos estaciones transmitían fundamentalmente música de cámara, de la llamada clásica universal. Este organismo se constituye en 1999. Como parte de su desarrollo, para 1994, se crean dos radioemisoras en la ciudad de Puerto Vallarta, una en frecuencia modulada (FM) y otra en amplitud modulada (AM). Ya en el 2003, Ciudad Guzmán comienza transmisiones de radio y televisión a través del SJRYT, apareciendo una nueva estación en frecuencia modulada, en conjunto con el Canal 12 de televisión. Desde entonces y hasta la fecha, es que esta Institución cuenta con un grupo de cinco estaciones de radio y dos canales televisivos.

²⁷¹ Estas definiciones fueron tomadas de los gráficos colocados en la sala de juntas de las oficinas del SJRYT.

²⁷² El SJRYT ha abierto espacios para personas externas interesadas en proponer proyectos. Otra expresión de la función social que realiza el Sistema hacia la comunidad, radica en su interés por dar espacios para universitarios que quieran desarrollar su servicio social. Los beneficios que otorga el SJRYT a los prestadores de servicio social, además de certificar sus horas necesarias, les ofrece capacitación y adiestramiento real en el área de las comunicaciones. Anualmente se atiende un promedio de 66 prestadores de este tipo de servicio.

muy diferentes... caminamos por distintos caminos...” Lic. Jesús Parada Tovar, Director)- Valora a su público de manera positiva (“...tenemos un público selecto, no masivo yo creo que es numeroso porque le apostamos a la inteligencia del público. Nosotros no incitamos al consumismo... ni a la nota roja...nuestra información va al raciocinio ...”)

3.1.3 Canal 7 (C7) el contexto institucional próximo.

Hacer mención a la estructura y a las políticas de C7, resulta indispensable como referente contextual para entender la forma y el sentido de los programas televisivos de interés para este estudio. Preguntas que trataremos de esclarecer a lo largo de este apartado son ¿En qué consiste el proyecto televisivo de C7? ¿Cuáles son sus propósitos fundamentales? ¿De qué manera se concibe el carácter público y cultural de esta televisora? ¿Cómo es pensado el público desde la perspectiva de este proyecto? ¿Cuáles son las iniciativas que a diferentes niveles se han implementado? ¿Cómo se enmarcan los programas analizados en el marco general de este proyecto de televisión?

Antecedentes.

Con el nombramiento de Francisco Ramírez Acuña como Gobernador de Jalisco, se designan funcionarios a los diferentes niveles. Como parte de este proceso se designa como Director General del SJRYT al lic. Jesús Parada Tovar, y como Director de C7 al lic. Samuel Muñoz Gómez. Institucionalmente esta gestión está programada para concluir en el mes de marzo de 2007²⁷³.

A partir de esta administración, a decir del director de C7, se ha procurado crear un proyecto de identidad global del canal; se intentó fortalecer su infraestructura tecnológica; se puso acento en cualificar los recursos humanos con los que se opera; se ha intentado modificar la percepción del sentido y la función de la televisión pública en la entidad; se ha intentado también re-

²⁷³ Para 1991 sólo existían en Jalisco canales de televisión comercial. Sin embargo, para el 16 de enero de ese año se creó Canal 7, como parte del SJRYT. Desde su origen, Canal 7 se constituyó bajo la premisa de ser “...un medio cultural para difundir las expresiones artísticas y las tradiciones de Jalisco y de sus habitantes”²⁷³ Hasta el año de 2001, Canal 7 se caracterizó por ser un canal que basaba su programación en enlaces y repeticiones de programas producidos por EDUSAT y Canal 11, de la Ciudad de México. Se contaba con poco presupuesto y con una limitada estructura y organización que permitiera el despliegue de una producción propia. Esta situación se prolongó durante once años.

dimensionalizar el papel del público televidente que consume los programas de este canal; y ha habido una preocupación por desarrollar alianzas estratégicas con otras televisoras públicas de México y el mundo.²⁷⁴

Sobre el proyecto de Identidad de C7.

A decir de su director, avanzar en un proyecto acorde a los nuevos contextos sociales, políticos, culturales y comunicativos de Jalisco, de México y del mundo exigía la construcción de una identidad propia del canal. Esta tarea fue definida y asumida por la nueva administración del canal, y le asigno el nombre de “identidad global de C7”. Este proceso se justificaba por las transformaciones en los entornos no sólo locales, sino también mundiales: “(...) Nos lo exigía el momento de la televisión. Hablando de globalización. La globalización de la televisión obviamente también nos alcanza. Y aunque es una propuesta local, lo local no puede quedar fuera de lo global. Hay que tener una visión particular, pero dentro de vernos a sí mismos, tenemos también que tener una identidad propia, que nos distinga, y que además no haga competitivos frente a otras propuestas” La manera de desarrollar el proyecto de identidad global buscó sustentarse en una evaluación de las circunstancias por las que atravesaba el proceso de identificación del canal por la misma población jalisciense. A este nivel, dice el director de este canal: “(...) Entonces, lo primero que hicimos, efectivamente, fue un diagnóstico en el 2000-2001, en donde encontramos, a través de sondeos, que la gente...confundía canal 7 del Sistema Jalisciense, con canal 7 de Azteca (...) No distinguían el logotipo, hablaba, pues, de un poco penetración de nuestra imagen, de una escasa presencia”. Ante estos resultados obtenidos se asumió la tarea que subsanara esta limitación: “De tal suerte que lo que iniciamos fue a construir un solamente un concepto no solamente de televisión pública, sino también un concepto de identidad. Y fue como construimos C7 con su connotación de ‘sé’ de ‘ser’ Creímos que el número había que recuperarlo (...)Y un slogan ‘descubre tu cultura’, donde el ‘descubre’ iba a estar presente, sigue estando presente, en novedades del canal, o de invitaciones al público a que descubra, a que participe (...) Hicimos todo un concepto global de lo que queríamos de canal,

²⁷⁴ En la medida que prácticamente no existe nada institucionalmente escrito sobre este canal televisivo, la información que se presenta a lo largo de este apartado se fundamenta en la información proporcionada por el director del canal en entrevista realizada el 10 de noviembre del 2006.

obviamente una planeación estratégica, visionamos a largo plazo dónde queríamos estar (...)”. Sobre un balance de los resultados obtenidos después de trabajar este concepto durante los últimos cuatro años Samuel Muñoz establece que: “En el último sondeo que acabamos de realizar, cuando le preguntamos a la gente ‘¿cómo identificas a C7?’, sucede que como canal cultural es el que tiene la barra más alta, y luego sigue que lo identifican como un canal de la gente...Ya pareció por primera vez la barra de que la gente lo identifica como un canal suyo, propio, como un canal de Jalisco. Quiero decirte que como canal gubernamental, es la barra más pequeña, más pequeñita”.

Sobre el sentido de lo cultural y lo público desde C7

La concepción de lo que significa desarrollar un proyecto de televisión pública y cultural parte de una necesaria caracterización de lo que se entiende por cada uno de estos niveles, y por la idea que se tiene sobre la función que ha de cumplir un canal de este tipo. Pero la dificultad inicial no se localizaba en el público, sino entre los mismos trabajadores del canal. Como experiencia señala Samuel Muñoz lo siguiente: “(...) curiosamente cuando hice el primer diagnóstico me di cuenta de que la gran mayoría decía que cultura eran las manifestaciones muy especiales, las grandes obras, el arte sofisticado. Y nadie entendía como lo popular como una parte de la cultura”. Esto significaba la presencia de un agudo problema: lo que prevalecía hasta el 2001 era una concepción erudita de la cultura, acompañada de una idea instrucionista y de cultura tradicionalista de la televisión pública. Esto se traducía en producciones y propuestas programáticas hacia el público que respondían a este criterio²⁷⁵. Con la administración actual se ha intentado ir modificando esta visión e cultura, para entender este concepto en un sentido más amplio, donde queden incorporadas ni sólo las manifestaciones de las grandes obras maestras, sino también las expresiones cotidianas de cultura de los amplios sectores de la población. Así, el director reconoce el carácter cultural de C7: “Cultural porque tiene un vocacionamiento de tipo social, cultural, educativo, de servicio, de orientación. Yo creo que son dos conceptos que se fusionan muy bien, porque nos permite no distraernos de nuestro objetivo particular que es llevar una televisión inteligente, entretenida...”

²⁷⁵ Esto puede entenderse si se recuerda la programación que se ofrecía al público tapatío hasta el 2002, y aún un poco después donde prevalecían los enlaces con EDUSAT y los programas referidos a las bellas artes.

Otro de los problemas fundamentales a resolver como parte de la construcción de un nuevo proyecto televisivo era la concepción que se tenía sobre el significado de “lo público”. C7 es considerado un canal público. Lo que se ha tratado de combatir tanto dentro como fuera del canal es la idea de asociar “lo público” con lo oficialista y gubernamental. En este sentido, Samuel Muñoz precisa la relación que se ha mantenido entre C7 y gobierno del Estado de Jalisco: “Yo no me apeno de ser...de que el canal sea del gobierno del Estado, no hay que apenarnos. Es el gobierno que los jaliscienses eligen, aunque un buen porcentaje no voten por el partido que gane, pero el gobierno somos todos. El gobierno también es, digamos es para nuestro servicio, de tal suerte que yo no estoy tampoco peleado, ni me avergüenzo, me avergonzaría más pertenecer a otras instituciones (...) Sí es un gobierno administrado por el gobierno de Jalisco, pero no es un canal oficialista o gubernamental”. La otra visión de “lo público” es definida de la siguiente manera por el actual director del canal: “Lo público, porque es financiado por los propios ciudadanos. Es un espacio que nos pertenece a los ciudadanos. Administrado por el gobierno de Jalisco (...) Canal público porque nos pertenece, porque entendemos que el espacio, incluso el espacio aéreo, pues es público (...)” Respecto a otras instituciones del gobierno el canal, dice, ha mantenido el mismo criterio en sus relaciones. Por ejemplo, al referirse a la Secretaría de Cultura (SC) plantea que ésta: “Es una relación de trabajo, de respeto, y no nada más con cultura, con todas las secretarías, con la propia dirección de Comunicación Social y con el gobernador (...) Nosotros no hemos recibido líneas, nosotros no hemos recibido censura, ha habido una apertura muy importante, y sobre todo, insisto, una relación institucional. Se nos trata como una institución que tiene su propia personalidad, que tiene su propia organización. No ha habido imposiciones (...)” Al considerar los decires públicos de que C7, al igual que otros canales públicos mexicanos se han constituido en comparsas de las políticas de los gobiernos locales y federal, Samuel Muñoz dice estar de acuerdo con opiniones de académicos que en diferentes foros han expresado que “(...) el principal apéndice del gobierno no son las televisoras públicas, el principal apéndice del gobierno son las privadas (...)”

La responsabilidad social de C7.

A los medios de masas en general, y los canales públicos en particular se les reconoce responsabilidades y funciones sociales. Samuel Muñoz asume este hecho: “(...) Fue una de las principales directrices que nosotros en el 2001 iniciamos a trabajar, que era un canal de servicio público, un canal que lo pusiéramos al servicio de la gente. Y no solamente en el ámbito de asesoría, de orientación, sino también en el trabajo de hacer propio ese espacio público, de poder participar en la construcción de esa televisión, de poder opinar (...)” pero también visualiza los obstáculos a los que se enfrenta un canal televisivo para concretar esta tarea que le lleva a “(...) remar contracorriente por muchos aspectos (...)” Falta camino por recorrer, y él lo reconoce: “(...) obviamente nos falta mucho por hacer, nos falta también que crean en nosotros, porque muchas asociaciones civiles, propias universidades no confían o no quieren confiar o no quieren creer en el trabajo. Hay otras que desde el principio se comprometieron (...)” Ese es el panorama. Samuel Muñoz lo relaciona de manera muy contundente con la disputa por el poder que se da con aquellos ámbitos relacionados con la producción de conocimientos y de cultura. Su visión es que “(...) Los mexicanos somos muy ingratos con nuestro trabajo, y no podemos ver que algo esté saliendo bien porque hay que encontrarle lo malo (...) Y esto te hablo de los círculos culturales, de la gente que se mueve en el ámbito del arte, la cultura. Te hablo de los círculos de intelectuales, de los académicos...somos sumamente rígidos, a veces, para ver y leer la televisión pública, la televisión cultural (...) una gran crítica que yo he hecho a todas estas personas que hacen la crítica a Canal 7 es lo siguiente...que no ven la televisión (...) terminan reconociendo que no ven C7 ¿y sabes por qué no lo ven? Porque muchas veces estas personas tienen la suficiencia económica para poder tener sistemas de cable. Entonces, lo último que ven, son los canales locales”.

El significado del público para C7.

Dadas las orientaciones establecidas por la nueva administración del canal y considerando las funciones y responsabilidades sociales de este medio público, el proyecto de identidad global de C7 colocó en el centro de su visión al público jalisciense. A decir del director del canal el público fue la base para la definición del nuevo proyecto que se pretendía construir. Pero ¿qué dijo la gente? Samuel Muñoz contesta: “(...) La gente al opinar, al sentirse dueña del espacio,

digamos, no se confundió con que al buscar un canal público entretenido, teníamos que buscar los parámetros norteamericanos o de la televisión comercial mexicana, sino que la gente participó y dijo: ‘queremos programas donde nos asesoren, porque no tenemos recursos para ir con un abogado’(…) La gente nos empezó a decir ‘pues es que a veces escuchó por ahí en un spot perdido que hay una campaña de vacunación, pero cuando quise ir a investigar ya se había terminado’; ‘es que me interesa mi salud, y escucho que hay que tener una cultura preventiva de la salud, pero no se como tenerla’(…) ‘es que estoy deprimido y a veces he pensado en suicidarme, nos gustaría que hubiera espacios donde nos asesoraran en el ámbito de la salud mental’ ‘en el ámbito de la comunicación, de la cultura’, pero no presentada con el formato tradicional, de que el erudito habla y el discípulo aprende, sino que queremos también participar en esa construcción de televisión cultural’. Sobre esta concepción recuperada de las opiniones vertidas por la población de la entidad es que se comenzaron a dar los pasos conciertos para concretar el actual proyecto de identidad global de Canal 7.

Una forma concreta de plasmar el peso del público en la construcción del proyecto televisivo se encuentra en la estrategia de construir y poner en operación campañas que tuvieran como finalidad favorecer el protagonismo de los ciudadanos y del público. Sobre el sentido general de estas campañas Samuel Muñoz plantea que se constituyeron a partir de dos líneas, una que consideraba a las instituciones públicas oficiales, y otra pensada en el ciudadano. Es así que con estas palabras lo enuncia: “(...) sí, nos pusimos como objetivo elaborar campañas sociales, campañas de orientación, campañas de difusión de otras campañas públicas (...) Encontramos el poco interés muchas veces de las mismas instituciones (...) Pero bueno, sacamos campañas en los primeros tres años (...) estuvimos sacando campañas de este tipo, campañas sociales (...) La segunda línea de trabajo, que en esa sí hemos cumplido muy bien, es abrir el espacio público para que el ciudadano se vea reflejado en la televisión. Y aquí creamos campañas como las de fotografías, donde la gente puede mandar una foto (...) Llevamos casi dos años...y no deja de llegar una foto, un correo electrónico con una foto por día...la gente disfruta el espacio (...) son las formas también de reconstruir las redes sociales (...) La mayoría de la gente nos ha felicitado por abrir el espacio a los niños, que es increíble, pero de veras, hacen propia la televisión y además se sienten artistas. Lo que se les hace tan lejano, lo sienten cercano (...) Les puedo hablar de un promedio de 500 boletas que se recibieron en un periodo de mes y días. Otras de las campañas que también han resultado muy interesantes (...) en relación a los artistas plásticos

(...) Tenemos otra que vamos a sacar ahora con escritores, con los nuevos jóvenes que están. Otras campañas como que la gente se presente a sí misma diga sus gustos, sus quehaceres, cómo vive qué le gusta, que no le gusta, etc. Estas campañas también han dado muy buenos resultados”.

Otra de las formas en que se ha posibilitado la participación del público es a través de la iniciativa de convocarle a que valore la programación que se le ofrece y que sugiera lo que le gustaría ver en la pantalla. Dice el director de este canal que “(...) la función de la televisión es que el propio ciudadano programa, y se ha comprometido a construir la propuesta de la televisora, de tal suerte que hemos hecho desde el 2001 campañas para preguntarle a la gente ‘que te gusta, qué no te gusta y qué te gustaría ver’. Y el resultado es impresionante. Van cinco campañas, cinco consultas al auditorio y la respuesta ha sido increíble. El canal no tenía espacios de naturaleza, de animales, gracias al público, al comentario de que querían ese tipo de programas, los metimos, y no nos defraudan, la gente los ve, y son los que están registrando más auditorio”.

La evaluación que el director hace de las campañas realizadas es autocrítica: “En el tema de las campañas yo quiero decirte que nos pusimos objetivos muy altos, que en cinco años, sinceramente, no hemos podido cumplir en su totalidad (...) Mucho ha tenido que ver el poco personal que tenemos para poder desarrollar campañas con investigación, con una orientación más definida. Tenemos la parte creativa, pero nos falta también la otra parte”.

Sobre los programas y la programación de C7.

Una de las grandes limitaciones que tenía Canal 7 hasta el inicio de la gestión actual, era su escasa producción de programas propios. Sólo algunos de los programas realizados antes e 2001 destacaban por su permanencia y por la aceptación del público. Entre ellos podemos contar los casos de *Retos y Realidades* (conducido por el lic. Jesús Parada Tovar) y *De Kiosco en Kiosco* (conducido por Cornelio Gracia). Sobre la manera en que evolucionó la tarea de producción señala el actual director del canal: “(...) en el 2001 se producían 12 programas (...) y de manera cotidiana, a partir del 2002, incrementamos esa producción un 100%, producíamos de 22 a 24

programas. Ahorita estamos, aproximadamente, en 18 programas (...) Cambiaron nuestras estrategias de producción, y en vez de hacer programas semanales comenzamos también a hacer programas seriados, series por temporada. Entonces, por esto varía el número de programas. Pero estamos produciendo entre 18 y 20 programas”.

La modificación de la estructura de programas que se ofrece al público televidente se hizo bajo el criterio de agrupamiento de productos en barras programáticas. Precizando este trabajo, indica Samuel Muñoz que “(...) El espacio lo convertimos haciendo barras de programas muy específicos (...) una de las más importantes fue la barra de servicios, porque en un segmento de la programación en un horario, cada día de la semana, en barra de manera horizontal (...) ha tenido espacios que la gente nos pidió, como espacios de salud, espacios de psicología, espacios de los servicios que ofrece el propio gobierno, las asociaciones civiles, etc.”

La tarea de producir programas propios hizo necesario también el incremento de la planta de trabajadores. Al respecto dice: “Somos ya aproximadamente unas 35 personas. Yo recibí el Canal con 21, y yo he metido más o menos como a doce o trece personas. Las he metido porque el canal ha crecido en su producción”. Lo que encontró al recibir el canal fue que “Algunos de los que estaban ahí eran por recomendación, con una antigüedad mínima de cinco años, ligados a algún sindicato y sin preparación para el cargo”. Por esta razón es que se preocupó por resaltar la orientación de competencias comunicativas de los aspirantes para considerar su posible contratación. A este respecto dice que: “Ya siendo yo director, las contrataciones que me toco a mí hacer, sí tenían como perfiles muy específicos en relación a ser peritos en sus materias”. Des así que se destaca que “(...) el perfil, pues, del trabajador es de un trabajador joven (...)”

Presupuesto y reestructuración tecnológica.

Para Samuel Muñoz el conseguir los objetivos planteados en el proyecto de identidad global de C7 y de nueva relación con el público jalisciense implicaba contar con una política que atendiera las necesidades de renovación tecnológica de la infraestructura de trabajo del canal. Esto se vinculaba directamente con cuestiones de recursos económicos. Para el director durante esta gestión se presentaron circunstancias favorables en este terreno: “En esta administración se volteó a ver al Sistema. Nosotros teníamos, Jesús Parada, recibió el Sistema Jalisciense el 8 de

marzo del 2001 con un millón 200 mil pesos, ese era el presupuesto del Sistema (...) Actualmente el Sistema va a cerrar la administración de Ramírez Acuña...con 13 millones 900 mil pesos. Estamos hablando de más de mil por ciento de incremento en cinco años”. Contando con este respaldo económico, la decisión que se debía tomar era la de en qué invertir: “Con esto ¿qué pudimos hacer? (...) Hubo una partida, se nos dio, compramos transmisor, pero no sólo compramos transmisor, con eso logramos llegar con mayor calidad...compramos uno de 20 000 watts de potencia (...) esto nos permitió llegar al 100%, a toda el área metropolitana con muy buena calidad...A partir de finales de 2004 e inicios de 2005 contamos con la señal satelital...otra cosa importante fue el re-equipamiento del propio canal (...) se compró equipamiento tanto de edición lineal, de edición no lineal, máquinas, computadoras, cámaras (...)” Con esta infraestructura se pudo avanzar en la concreción de proyectos de programación y de difusión con mayor cobertura y posibilidad de penetración. Con estos avances, C7 tiene alcance en varias partes del Estado de Jalisco gracias al satélite que actualmente utiliza. Estos lugares son: Zona metropolitana de Guadalajara y algunos municipios cercanos como Tlajomulco, El Salto y Tepatitlán entre otros. En Ciudad Guzmán a través de una repetidora que alcanza al municipio de Sayula. Por cable en Autlán, Puerto Vallarta, Tamazula, entre otros, además de que con señal de cable se ve en todo el país y en el conjunto de la Unión Americana.

Acuerdos estratégicos con otras televisoras públicas.

Una parte importante del desarrollo del proyecto televisivo en este último periodo fue el construir alianzas estratégicas con otras televisoras públicas de diferentes lugares. Se pueden mencionar acuerdos establecidos con las siguientes televisoras: Deutsche Welle, de Alemania (2001), Arirang TV de Corea (2003), e:tbdel País Vasco (2004), TV 3 de Cataluña (2004), Ciudad Abierta, de Buenos Aires, Argentina (2005), Mexicanal 412 DirectTV (2005), Canal 7 Nacional, Argentina (2006), Cubavisión, y Canal Encuentro, Ministerio de Educación Nacional, Uruguay (2006). El camino y el propósito para establecer estos acuerdos lo señala el director del canal diciendo: “(...) hicimos un análisis y vimos cuáles eran las televisiones públicas en México, cuáles eran las televisiones públicas en el mundo, cómo nos podíamos fortalecer en dos líneas de trabajo. Una, en recibir esos materiales (...) el público en las consultas pidió ver

materiales de otros países (...) y en ese sentido, pues, es como iniciamos a hacer estas relaciones nacionales e internacionales, con alianzas estratégicas con canales públicos para recibir su producción, y esa iba a ser una línea de trabajo. La otra línea de acción iba a ser o ha sido desde entonces el también compartir lo que nosotros hacemos (...) Sí, se firmaron convenios con BBC de Londres, con Deutsche Welle de Alemania, con Ariran TV de Corea con la e:tb del País Vasco, España, con Cataluña (...) Un segundo aspecto fue en América, en América nos interesaba mucho compartir con nuestros hermanos latinoamericanos, pero con el mismo nivel de importancia, y tal vez un poquito más, entrar a Estados Unidos (...) Jalisco tiene una cantidad importantísima de ciudadanos viviendo en ese país (...) DirecTV lo que hizo fue buscar gente, buscar televisoras que quisieran transmitir en Estados Unidos, pero que tuvieran una programación regional (...) Entonces lo que hicieron fue crear un canal que se llama Mexicanal, integrado por propuestas de televisiones públicas (...) A menos de un año ya le estaban entregando a Cornelio un reconocimiento un diploma por ser el conductor más popular, y al programa *De Kiosco en Kiosco* por ser el programa más visto en el canal Mexicanal, que emite más de 50 programas por semana. El proyecto Latinoamérica (TAL), se firmo desde 2004, pero no ha podido, por aspectos de recursos financieros, y por la crisis en Brasil...Están hablando de que en diciembre iniciarían las pruebas, para que a mediados del próximo año Televisión América Latina esté trabajando (...) con Argentina encontramos mucha apertura, y encontramos un país que también quería conocer México...Con Cuba hay muy buena relación mandamos programas, sobre todo ellos...si tomaron el modelo de campañas (...) En Argentina ahora ya nos reconocieron el proyecto de C7 como un modelo que les gustó, y que dicen ‘tenemos nosotros que aterrizar’(...).”

Acuerdos nacionales.

En el ámbito nacional C7 mantiene vínculos con Canal 11 del Instituto Politécnico Nacional, el Canal 22 de CONACULTA, EDUSAT, TV UNAM y la Red de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales A.C. (con 46 miembros en total y 26 televisoras). Particularmente, sobre esta Red comentó Samuel Muñoz que “(...) Jalisco participó en este proyecto desde su

creación de la propia Red, en 1993 (...). También indicó los beneficios que genera para el Canal el involucrarse en este proyecto: “Pertener a la Red Nacional nos permite estar agrupados, y aún así no hemos podido ser contrapeso de la televisión comercial, de los privados (...) y no contra, pero sí hablar de tú a tú con el gobierno federal, en muchos ámbitos (...) hablese de los propios permisos, hablese de la normatividad técnica, hablese de SCT, de los tiempos oficiales (...) Claro que la Red ha servido para defender, para apoyar, para darnos las manos...Nos sirve también para hacernos fuertes y apoyarnos...se discuten temáticas...” Uno de los aspectos que resalta es la manera en que los representantes de los diferentes organismos privilegian el sentido de este organismo por encima de las diferencias políticas partidistas o de grupo. Destaca el director de C7 la manera en que “(...) ahí confluyen directivos emanados de gobiernos panistas, de gobiernos priístas y de gobiernos perredistas en un momento particular, hasta con diferencias entre sus gobernadores, y nadie toca ese tema (...) Es también una posibilidad de aprendizaje con base a las experiencias (...) para Jalisco fue un pulsómetro. Porque la Red nos permitió descubrirnos (...) fue reconocido con una vicepresidencia, o sea, tuvo un valor dentro del comité directivo nacional.”

Apreciación de los Programas motivo de estudio.

Para este proyecto fue importante conocer el punto de vista sobre los programas que son objeto de estudio de parte del responsable de C7. Sobre el programa de *Cantares y Costumbres* señalo que: “(...) fue una propuesta mía (...) con base en lo que la gente me decía (...) Me empezaban a pedir programas con música y con aspectos de la vida popular (...) Me llegaron también solicitudes, también por ejemplo de la sociedad de autores y compositores, decían que pues no tenían espacios, que Televisa se los cerraba, que no había posibilidades, que si no se pagaba no podían ellos estar presentes. Y lo que hicimos fue precisamente pensar en un espacio que pudiera dar salida a los cantares de la gente, pero también a sus costumbres (...) ¿Cómo lo veo? Como un programa exitoso, a poco más de un año que tiene al aire, como un programa que lo recibe muy bien la gente, al señor Cornelio pues ya como todo un personaje popular, propio

(...) lo tomamos como un espacio muy importante para todas esas personas que están haciendo música”.

Por otra parte, considera que el programa de Estrategias al Cubo buscaba para la programación del canal “(...) tener espacios tranquilos, donde se le pudiera contestar al ciudadano de manera tranquila, espaciada. No puedes hablar de salud mental en 15 segundos (...) *Estrategias al Cubo* nació con la intención de integrarse a esta barra de servicio, como una necesidad, en aquel tiempo, y sigue siéndolo de un suicidio como un problema de salud pública importante (...)”

Respecto al programa de *Póptico*, considera que éste nace “(...) como una nueva (...) etapa, una nueva temporada de lo que fue *Video estrés* (...) Decidimos otro proyecto, en donde se tenía, se tiene como objetivo aprovechar estos videos, estos artistas que tienen trayectoria, penetración, etc. Para que en los discursos, en las intervenciones de los conductores, pudieran hablar de problemáticas juveniles (...) *Póptico* dio muchos resultados porque se hizo como muy comercial, muy con muchos efectos, música y todo esto. Nació la necesidad de hacer *Póptico Chat*, para aprovechar las tecnologías, las nuevas tecnologías (...) pero nació *Póptico Puro*, porque la gente también nos decía ‘ya mucha conducción, mucha conducción, queremos ver videos’. Entonces hicimos un programa donde pasamos puros videos”.

En tanto que el programa de Modular surge, a decir del mismo director, como una propuesta que equilibrara las diferentes manifestaciones y subgéneros asociados a la producción de rock en lo local: “De ahí nace Modular con el concepto de modular (...) En el modular puedes cambiar de un momento a otro, aquí nosotros decimos: de una semana a otra, puedes cambiar tu sintonizador, y ahora estás escuchando una estación de *heavy metal*, pero la siguiente semana le cambias al sintonizador en el modular, y ves un grupo de *reagge*, y luego le cambias y después escuchas uno de jazz (...) Es como más abierto el modular. Nos permite como tener más posibilidades de que sea un espacio, único por cierto en la ciudad donde los jóvenes que están haciendo música puedan tener una ventana para difundir su trabajo. Me parece que es esencial. Este proyecto ha sido importantísimo, vital”.

3.1.4 Primeras reflexiones sobre el significado de los referentes institucionales.

Lo primero que podemos establecer es que, partiendo de criterios de codificación etnocéntricos, verticalistas y autoritarios, las políticas comunicativas y culturales estatales terminan por excluir a la mayoría de la población de la posibilidad de tener acceso a esas manifestaciones culturales. Al mismo tiempo esta población mayoritaria ve negado su derecho a ser considerado un sujeto productor de cultura. De esta manera los sectores populares pretenden ser reducidos a la posición de receptores pasivos de las políticas culturales ideadas e implementadas por los gobiernos y las empresas como sujetos activos.

Los métodos que los gobiernos utilizan para implementar sus políticas culturales fueron y han sido hasta la actualidad del más variado tipo. Han hecho uso de museos, bibliotecas públicas, recintos artísticos (Hospicio Cabañas, Teatro Degollado, por ejemplo) y medios públicos (televisión y radio estatal, por ejemplo) como una forma de ubicar espacialmente la cultura y sus productos, sacralizando de esta manera todo lo que ahí se encuentra.

Adicionalmente, en esta tarea se han utilizado los libros de texto oficiales en las escuelas públicas, como una de las formas privilegiadas de difundir y reproducir su discurso cultural, pretendiendo que los sujetos receptores del mismo lo interioricen como propio (Libro de historia de Jalisco del Ayuntamiento de Guadalajara, v.gr.) También han considerado las ceremonias oficiales, el turismo cultural, las revistas, los premios, las becas y subsidios a intelectuales y artistas, las imágenes impresas en los billetes y monedas de curso legal, los nombres de calles y plazas públicas, construcciones, espacios naturales y los monumentos.

En los tiempos actuales, a todo esto se agrega la utilización de los medios masivos de comunicación para difundir sus políticas culturales a través de mensajes en noticiarios, en cápsulas y en los tiempos que oficialmente están asignados a los gobiernos y sus instituciones culturales tanto en los medios privados como en los medios públicos.

De esta manera, políticas de comunicación y culturales como las descritas terminan por reforzar un ideal de cultura de carácter único y homogéneo, que termina excluyendo a todas aquellas culturas y sus manifestaciones que no encajan en las codificaciones establecidas. Se refuerza la idea de cultura patrimonial, como una forma de reconocimiento al sentido objetivado de la cultura. El Estado y el gobierno se erige como juez y parte en el proceso selectivo e intencionado de una conservación del pasado y como agente operador de una creación cultural del presente, dando pie a una modalidad de políticas culturales tutelares. Se establecen los

critérios para reconocer a algunos personajes como creadores excepcionales de productos culturales. Se codifican como valiosas obras históricas (del pasado y del presente) con base en identificar en ellas rasgos estéticos, científicos, espirituales y de raíz nacional. Se define al individuo culto como aquel que es capaz de apreciar los productos culturales, de tener respuestas institucionalizadas en su convivencia social (hábitos, costumbres, reglas, etc.) y de manifestar su conformidad con la identidad nacional y todas las acciones, productos y procesos que la refuercen, y se orienta la cultura a través de su tránsito por el mercado.

En este marco, de los resultados que se desprenden de esta primera aproximación a C7 como canal público de referencia para el análisis de las formaciones culturales de sus productores/conductores y los programas realizados y transmitidos, podemos hacer los siguientes planteamientos.

El peso social de C7 en Jalisco se encuentra mediado por circunstancias muy específicas: una sociedad jalisciense con tendencias conservadoras tanto en lo social, como en lo político y lo cultural; una televidencia que, en su gran mayoría se encuentra inmersa en una tradición de consumo televisivo, que le orienta preferentemente hacia el consumo de los programas que ofrecen las cadenas televisivas comerciales locales y nacionales (Canal 4, 21 y Azteca 7); una infraestructura tecnológica que, a pesar de sus limitaciones, favorece enormemente a las televisoras privadas; las desventajas legales que resultan de ordenamientos jurídicos que nacional y regionalmente favorecen a los grandes monopolios televisivos en detrimento de las televisoras públicas y los medios comunitarios; la ausencia de una política cultural y de comunicación pública por parte del gobierno y de los agrupamientos de la sociedad civil que contemple los cambios operados al nivel social y cultural, y que considere al ciudadano como protagonista de esta política; el gobierno estatal y federal siguen manteniendo la visión de que un canal público como C7 puede ser utilizado para fines políticos propios y de obstaculización o vacío para otras opciones políticas y ciudadanas; la discontinuidad de los diferentes proyectos televisivos, que se ven alterados o desechados según cambien las administraciones sexenales; las limitaciones en los montos de presupuesto asignado a este canal público de Jalisco, que impide superar el rezago crónico en este terreno; las reminiscencias de una cultura corporativa presentes en una buena parte de los trabajadores de este canal y su reticencia a aceptar modificaciones que modifiquen sus tradiciones y rutinas administrativas, de producción y creación; la discordancia entre los integrantes del canal sobre lo que significa la cultura, lo

público y lo ciudadano, lo que se traduce en mezcolanzas de formatos, géneros y contenidos; la insuficiencia de recursos técnicos y humanos que posibiliten generar más producción propia y elevar la calidad de lo que ya se realiza; la existencia de producciones propias que responden a criterios de creación lineal, tradicional; el boicot de ciertas televisoras de cable que impiden que la imagen se vea nítidamente a pesar de contar con la potencia necesaria;

Estos aspectos se han constituido en una barrera que obstaculiza las iniciativas que, sobre todo desde hace cuatro años, se han tomado desde la dirección del canal buscando la construcción de una opción televisiva diferente. Entre otras cosas podemos mencionar: el diseño de un proyecto estratégico para la construcción del canal que ha buscado dar sentido a las políticas concretas que se han implementado en diferentes terrenos; la iniciativa de generar una imagen atractiva y creativa para el público, más cercanas a las estéticas sociales actuales; el establecimiento de acuerdos con diferentes televisoras del mundo para intercambiar productos; la intención llevada a la práctica de abrir espacios en la barra programática cotidiana para dar entrada a participaciones a cuadro de los ciudadanos; la construcción de programas con perfiles distintos a los ofrecidos por las televisoras comerciales que buscan el proyectar la cultura local; el ofrecimiento de programas de otros países (Argentina, Corea, Alemania, Gran Bretaña, País Vasco, v.gr.) que posibilitan al televidente mirar y reconocer otras manifestaciones sociales y culturales; con programas como los que se ofrecen se busca satisfacer la demanda de públicos minoritarios distintos, aunque también se satisface la demanda de públicos más estandarizados; y Se mantiene como una opción televisiva que no incluye comerciales en su programación.

Como se notará, desde C7 hay un intento, aunque desigual, por construir un canal que de una muestra de diversidad cultural y social. Pero, aunque visibiliza a sectores excluidos de otros medios comerciales, sin embargo, en algunos casos, se sigue utilizando estereotipos para proyectar a los sujetos. De la misma manera hay un esfuerzo por considerar al ciudadano, aunque todavía falta trecho por recorrer para conseguir que la pantalla de C7 sea realmente un escenario de lo visible, lo colectivo y lo accesible, que es lo que daría naturaleza a *lo público* de este canal.

3.2 Discursos de los productores y conductores y visibilización de sus *formaciones culturales*.

Dice **Mario Alberto Robles**, productor del programa “*Cantares y Costumbres*”.

Me gustaría ser director de cine o artesano...

La dimensión estructural de tiempo y espacio asociado a su origen está presente en Mario (“*Nací en México DF, en 1964*”) Reconoce haber residido en lugares populosos de dos importantes ciudades (“... yo nací en el mero DF en el área de Santa Fe... y desarrollé la infancia eeen la parte norte de la ciudad...el área de Tlalnepantla, exactamente... Vivo aquí en el centro, en Mexicaltzingo”). De su estado civil se expresa con un término de uso popular (“¿Casado? Soy arrejuntado”). Por lo que hace a su dimensión física como sujeto, Mario reconoce las limitaciones físicas que mantuvo en la infancia (“...yo me enfermaba mucho de chico. A mí me daban anginas cada quince días o cosa así”). Ahora es pasante de la licenciatura en comunicación (“Yo terminé la licenciatura en Ciencias de la Comunicación, soy pasante en la UNIVA”). Se auto-reconoce como una persona desenfadada, que aspira a hacer lo que quiere. Pero también valora lo que esto implica como obstáculo (“¿Cómo me defino? Que...me vale madre...Cuando encuentro así el objetivo de lo que quiero hacer, ya este, ya me vale madre, pues, lo busco hacer, y además lo más sencillo posible...cuando me enterco, pues a veces, a veces eso es una limitante”). Como proyección personal ideal muestra claridad sobre las prácticas que le gustaría desarrollar (“Aparte de futbolista...Me gustaría ser director de cine o artesano”).

Es que a mí me dieron libertad...

La institución familiar es representada por Mario como un espacio asociado a las satisfacciones afectivas que le proporcionó (“¿Mi familia? Pues... muy bien, muy bien, muy agradable... Lo que más me gustaba de mi familia era que salíamos mucho, salíamos mucho”), además destaca las prácticas de algunos de sus integrantes, que evidencia la presencia de roles tradicionales asignados a sus miembros (“Eh..mi papá pues, mi papá trabajaba, y no estaba mucho.. Mi mamá, pues, siempre nos atendía, y no había muchos regaños...”). La

representación que tiene de los resultados de la interacción con su familia es positiva, asociada a un valor (“...es que a mí me dieron libertad, me dieron libertad. No me prohibían”). Identifica la función que cumplió su familia como transmisora de aprendizajes (“Me acuerdo. Me decía mi papá: -Haz esto.. No lo intentes, hazlo. Y eso lo sigo aplicando”). Sin embargo, con las nuevas experiencias que ha obtenido, ahora el significado de la familia ha cambiado (“Bueno, ahora es más difícil...bueno, ya es difícil...es otra cosa”). La razón de esa diferencia la ubica en las distintas experiencias educativas acumuladas por él y por su pareja (“...el choque de dos formas distintas de educación se refleja en los niños, pero de forma inmediata. No saben si hacer una cosa o hacer otra”). Cada uno cuenta con un discurso que considera legítimo (“Esa idea de libertad que yo quiero enseñarles...me encuentro con muchas limitaciones de que: -¡ No así no es, se hace así, se hace asado¡). A esto se agrega la presencia de otros agentes que disputan la legitimidad de los contenidos educativos en el campo representado por la familia (“Y los abuelos...los abuelos son muy impositivos, no cambian, este, entonces, y ahí se batalla mucho, en ese tipo de educación, de querer educar a los niños así, en esa forma”).

Y ¡zaz! que nos expulsan una semana de la escuela...

La escuela es otra de las instituciones por donde Mario ha transitado en diferentes etapas de su vida. De su experiencia escolar tiene una representación favorable (“Yo de cada uno de los niveles de la escuela tuve muy buenos recuerdos”), y es que para él lo importante es que en las escuelas donde estuvo había espacios para desarrollar la práctica del deporte (“Era una escuela inmensa, gigantesca...tenía tres campos de futbol, canchas de básquetbol, de voleibol... Había mucho deporte, a mí me gustaba y me gustan mucho los deportes”). Pero también reconoce experiencias negativas asociadas a su participación en rituales escolares institucionales (“Toda la escuela formada. Se cantaba el himno nacional..Entonces en una de esas, en lugar de cantar el himno dos amigos y yo nos pusimos a silbarlo... Al acabar la interpretación: -¡A ver quiénes fueron¡ ¡Y zaz que nos expulsan una semana de la escuela por silbar el himno nacional¡...Fue algo impactante”). Habla de que la escuela le dejó aprendizajes que hoy valora como útiles para su trabajo profesional (“...cuando uno piensa en cuestión de producción de televisión...hay leyes que veíamos en secundaria y eso que ya ni nos acordamos, que son perfectamente válidas y que sirven para ahora para muchas de las cosas que se están haciendo...”). La recuperación

significativa de su experiencia escolar le lleva a escoger a un solo lugar como espacio de retorno (“...regresaría a la escuela de cine de la UdeG que había hace unos años...que la dirigía don Emilio García Riera”)

Los carros son unos semidioses...

Declara no tener religión, aunque dice reconocer la existencia de una divinidad más vinculada a la naturaleza y sin connotación de poder (“...digamos un ser así, que los antiguos antes decían que tenía forma de águila. Nada más. No como autoridad divina. Un ente creador, o algo así, pero no como autoridad”). Sus miedos forman parte de sus creencias. Mario sabe a lo que le tiene miedo (“Mi principal miedo es que siga existiendo este tipo de sistemas de gobierno, porque son unos sistemas muy estúpidos, totalmente animales..Por ejemplo que sigan creciendo esa industria automotriz tan atascada...que siguen contaminando, sigue habiendo más carros, ya este, hasta es difícil caminar por las calles de tanto vehículo que hay, y que toman a los carros casi, casi, que como un miembro de la familia”) Apuesta por un regreso a lo pasado, eso es lo que la da certidumbre (“...los carros son unos semidioses, que les ponen llantas y no sé que...así cosas muy raras. Entonces el principal miedo es que siga eso, que no se regrese a algo más sencillo”).

Antes la gente se fijaba mucho en la naturaleza...

Mario mantiene la creencia de que es el predominio del dinero y del poder la principal dificultad del mundo de hoy (“¿Problemas del mundo de hoy? En primer lugar que se rige por el dinero. Entonces crea una serie de imbéciles que, que les urge llegar al poder para tener más dinero y para tener poder...”). Señala que estos símbolos contemporáneos hacen que se olviden las raíces que vinculan al humano con la naturaleza (“Antes la gente se fijaba mucho en la naturaleza, en los climas, en las lluvias...Eran muy apegados a la naturaleza, y no había tantos líos. Ahora el desapego es total de la naturaleza, y el tratar de hacer todo más artificial que natural, ese es el que está llevando a un desastre global”) A pesar de estas dificultades, también reconoce que existen ventajas de vivir el mundo de hoy, pero acentúa que en la ventaja se

encuentra también la desventaja. Pone como ejemplo una simple expresión tecnológica cotidiana. (*“Podía uno muy a gusto estar echadote y zaz cambiarle, y llega el comercial y zaz le cambia uno ¿no?. O llega un programa aburrido y zaz le cambia uno. Entonces, también es una desventaja. Por ejemplo los que hacemos televisiones una desventaja, porque nosotros tenemos que hacer una televisión que esté compitiendo contra el control remoto”*). Esta manifestación tecnológica genera efectos en las prácticas de los sujetos (*“Y es una desventaja porque eso los hace más inútiles. Ya es un inútil uno, porque ya nada más está echado cambiándole a la televisión. Ya no se para uno a cambiarle, ya no se para uno a hacer esto, camina. Nada”*)

Una cantina aunque no tenga equipal...

Los gustos musicales de Mario objetivan su formación cultural anclada en las expresiones de cultura popular de antaño (*“Me quedo con la música más tradicional mexicana. Que vienen a ser, por ejemplo, los mariachis tradicionales, los grupos de arpa veracruzana, tradicionales también...Me quedo con el rock clásico de los Stones pa’ca...”*). Bajo ese mismo tenor reconoce al personaje histórico con el que se identifica, al que se le podría caracterizar como exótico, lejano (*“...es un monje budista hindú, pero que llegó a China la reg...al templo Saholin del budismo, y fue el que fundó el Kung Fu... lo que se me hace muy interesante, que aplica el budismo, pero ejemplo, ya con cosas en la práctica enfocadas a los animales, más a lo natural”*). De las corrientes artísticas se identifica con el impresionismo (*“A mí me gustan mucho los impresionistas...”*). También manifiesta su gusto por todos los deportes (*“...jugaba todos los que se podía...En México había como temporadas...de futbol soccer, de béisbol, yoyo, trompo...canicas, sí, sí, todo eso...”*). De la misma manera, se define por un espacio de preferencia para descansar (*“...Una cantina aunque no tenga equipal”*). Declara su deseo por conocer otros lugares (*“Palenque...eh...Veracruz, puerto...eh...Chichén Itza, Costa Rica”*).

Al mexicano le encanta el terruño...

Se reconoce como mexicano. De la misma manera define a sus coterráneos mediante una expresión popular de una gran carga simbólica (*“Los mexicanos somos a toda madre. Somos a todísima madre”*). Para Mario el problema de los mexicanos radica en la hibridación cultural

(“Lo que pasa es que los mexicanos tenemos... muchos riachuelos de donde se ha nutrido lo que es el mexicano, y tanto de indígenas, españoles, mestizajes, todo lo que ha habido...”). Aunque se da tiempo para destacar el arraigo al territorio como elemento definitorio de identidad (*“... al mexicano le encanta el terruño, aunque tenga que irse de bracero, pero no le hace, de todos modos manda sus dólares pa’ca, y en el cariño a la tierra el mexicano es así, muy especial”*).

Hay como racismo televisivo...

Mario mantiene una visión de lo que es la cultura marcada por una postura antropológica (*“...yo no veo la cultura como las bellas artes, sino la cultura es como la forma de vida actual, la que te está tocando vivir”*). Partiendo de ese presupuesto es que define en correspondencia lo que entiende por una persona culta (*“La persona culta sería la que...la que vive de acuerdo a lo que conoce...”*) Pero partiendo de la visión que tiene sobre la cultura, es que reconoce que aun en canales públicos como C7 existe la discriminación (*“...a cuadro siempre tiene que estar la güerita y el bonito, siempre...y para mí eso es una estupidez...Es muy raro ver morenos conduciendo. Hay como racismo televisivo ahí...siempre quieren güeritos, siempre quieren güeritos. Que se vean bien, que estén las muchachas que estén buenísimas de todo...”*)

Cualquier cosa se vale producir...

Como sujeto productor de programas televisivos considera que se le facilita más comunicarse con el lenguaje propio de los medios audiovisuales (*“¿Con qué tipo de lenguaje se me hace más fácil expresarme? Con imágenes y sonido”*). Piensa que el trabajo del productor no es reconocido, que el productor ha sido invisibilizado en las producciones televisivas (*“...siempre se reconoce más a lo que se llama el ‘talento’, al que está siempre frente a las cámaras, el productor no ¿Quién produce a este señor? Quien sabe... aquí el que sale es el estrella, y lo demás...lo demás es como que los duendes lo hacen”*). Mario tiene claro cómo debe ser un buen productor. Sus cualidades tienen que ver con actitud y con prácticas (*“Debe observar mucho, debe estar observando siempre, todo, todo. Caminando, debe estar viendo la calle, lo que hay, lo que se vende. La gente que pasa. Siempre hay que estar viendo... hay que leer mucho. Tener lo más posible de cultura general que se pueda.. Debe conocer perfectamente*

el trabajo, de, tanto..de gente, como de electrónico, mecánico.”) Como productor estaría dispuesto a producir cualquier cosa, siempre y cuando concentre calidad (“Cualquier cosa se vale producir. De hecho son los retos...el tema a mi no me importaría... O sea, hay que ver que el contenido sea bueno, que tenga buenas entrevistas, que tenga buen hilo, que salgan las imágenes adecuadas, etcétera...”) También posee un modelo de lo que ha de ser el buen conductor televisivo, y sobre la relación que éste debe mantener con el productor (*Un conductor no debe ser terco...debe ser humilde. Humilde en el sentido de que acepte que se le dirija*) Finalmente no deja de reconocer que el campo de la producción es un escenario de lucha (*“Sí, aquí cada quien está luchando por su proyecto, y debe estar pensando que sea el mejor proyecto del canal, el que más se vea, y el que más años va a durar...”*)

Mostrando México, y mostrarlo en vivo...

Mario cuenta con una representación social del público jalisciense muy positiva (*“En general, el público jalisciense está ávido de que le muestren cosas...sobre todo distintas. Es un público muy fiel... es muy telenoveler el público jalisciense, muy telenoveler... muy futbolero también...”*). Destaca la importancia de la interacción que debe procurar el productor con el público (*“...nosotros que mostramos otros lugares, otros pueblos; la gente muchas veces no puede salir de vacaciones, no puede ir a visitar estos pueblos, pero los está viendo y ¡ah! le gustan, y ¡hay qué suave esta esto! ¡Eso esta bien! Esa comida se antoja! etcétera...”*) También tiene construida una representación sobre las características de las que se ha querido dotar al programa que produce (*“...lo que son tradiciones, en general. O sea, cosas tradicionales y música, también que sea más tradicional...Y para mantener nuestras tradiciones, tanto comidas, de artesanías, de trabajos, de fotografías, de lo que sea ¿no? Está mostrando México. Mostrando México, y mostrarlo en vivo...”*) Mario, como productor, tiene una apreciación del propio programa que realiza. Sabe que hay cosas por mejorar (*“...Algunas técnicas. Sobre todo en la cuestión musical necesitamos acomodarnos de otra forma técnicamente para que suene bien...Un poco más de equipo sería maravilloso para hacer algo que fuera perfecto...necesitaría una pareja de conducción ideal para Cornelio...”*). También tiene una idea del público que se interesa por este programa (*“¿Público? Gente grande, pero nos ha tocado de todo, de todo, de niños que les llama la atención...hasta ya los abuelitos... está un poco diverso”*). Augura una

larga duración del programa al aire, pero sabe de la mediación que implican los cambios de gobierno (“*Debe de durar un buen rato todavía. Pero ahí sí quién sabe. Aquí no deja de ser un sistema gubernamental, que se cambian los cabecillas y cambian las cosas...*”).

Señala **Francisco Gutiérrez**, productor y conductor del programa “***Estrategias al Cubo***”.

Mi interés ha sido siempre la psicología...

El maestro Francisco Gutiérrez es el responsable de definir los contenidos de los diferentes programas de *Estrategias al Cubo*, al mismo tiempo que es el conductor principal. Se presenta poniendo acento en su nombre completo y su lugar de nacimiento (“*Soy Francisco José Gutiérrez Rodríguez., Originario de Guadalajara, Jalisco*”). Destaca los estudios académicos realizados, que objetivan su capital simbólico acumulado (“*Cuento con una licenciatura en Psicología, y después, realicé un posgrado o una maestría en Ciencias de la Salud Pública en el Instituto Regional de Investigaciones en Salud Pública. He tenido formación en cursos de intervención en crisis. Me tocó desempeñarme como fundador del Centro de Evaluación e Investigación Psicológica, que actualmente me toca coordinar, y me tocó también ser fundador del Centro de Intervención en Crisis del Gobierno del estado*”). De su misma formación profesional enfatiza la postura teórica desde donde desarrolla su práctica psicológica (“*...en los campos aplicativos profesionales mi interés ha sido siempre la psicología clínica...Desde el marco teórico de referencia ha sido la escuela histórico cultural*”)

Familia y escuela forman sujetos...

La representación que tiene el maestro Francisco sobre la institución familiar parte de reconocer la función social fundamental que esta cumple (“*.. la familia representa el primer contacto, el contacto primario, como una formación de valores, de ideología, de actitudes, incluso porque no hablar hasta de un desarrollo de aptitudes, que a través de los diferentes mensajes que se le van mandando al individuo van conformando rasgos de su personalidad*”). Para él la escuela es una institución que coadyuva a la formación de los sujetos (“*La escuela*

puede ser también un elemento transmisor de valores, formador de ideologías, de actitudes”). Sin embargo, reconoce que este papel está mediado por el tipo de modelo educativo desde el que se trabaje (“...si es una práctica tradicional donde se favorecen los contenidos memorísticos... Y la pedagogía transformadora que es la que se esperaría, donde el alumno y el maestro forman parte de ese proceso de enseñanza-aprendizaje, donde el alumno no solamente es una esponja acrítica, y que tiene posibilidades de contribuir en ese proceso”).

Disfruto con este tipo de creencias...

Al nivel de creencias reconoce implícitamente su adscripción a una religión como parte de una herencia transmitida desde la familia (“...nací en el seno de una familia católica. Me puedo definir como con cierto nivel de catolicismo y con una serie de creencias arraigadas y en las cuales disfruto con ese tipo de creencias”) Sin referirse a su propia experiencia religiosa, esboza una explicación del por qué los sujetos construyen y activan creencias religiosas (“Sin embargo, el hombre, a lo largo de la historia, ha tenido la necesidad siempre de tener una representación, una creencia de un ser divino...La religión juega un papel muy importante porque es un regulador de muchos de los comportamientos sociales que se espera del individuo”) Otorga a las creencias religiosas una función importante en la regulación del comportamiento de los individuos (“El sentido de espiritualidad también forma parte de la salud mental del individuo”). Pero de la misma manera reconoce que esta subjetividad representa un riesgo cuando se lleva al extremo del dogmatismo (“...cuando la libertad de culto se convierte en fanatismo, esto puede ser muy riesgoso...tendríamos que hablar como algunas iglesias se han convertido en grupos que también pueden ser grupos autodestructivos”)

Viven en el aquí y en el ahora...

Son variados los problemas que reconoce el maestro Francisco en el mundo actual (“...una distribución inequitativa de la riqueza, la pobreza extrema...el terrorismo y el narcotráfico...El narcomenudeo...resquebrajamiento de algunas instituciones...drogas, la alineación, el consumismo...las relaciones de pareja...El divorcio...los problemas crónico-degenerativos ...La contaminación...El estrés como un enemigo silencioso...”) Y también da cuenta de la

representación que tiene sobre las incertidumbres que aquejan a los sujetos en sociedad (“...uno de los primeros dilemas es: no sé dónde estoy, para qué estoy, cuál es el fin, o cuál es su propia búsqueda. Viven en el aquí y en el ahora, sin una visión de un proyecto futuro, con mucha angustia existencial, resolviendo los problemas inmediatistas...”) Destaca la importancia social que revisten las tecnologías de la información, pero también resalta las consecuencias sociales que generan (“...todo este nuevo desarrollo tecnológico que encontramos en las comunicaciones, han tenido un boom impresionante, que incluso yo me atrevería a decir que no hemos terminado de asimilar la red de redes, o internet, incluso llega un momento en que resulta totalmente inasimilable todas las potencialidades que pueda llegar a tener”). Pero sobre todo exalta el importante peso social que ha adquirido el medio televisivo (“...la televisión es un medio de comunicación que, a mi me parece, no se ha utilizado totalmente el poder de penetración que tiene... me parece que no ha logrado totalmente cumplir una de esas funciones, que verdaderamente sea comunicar”).

Todos tenemos cultura...

El maestro Francisco concibe la cultura como las expresiones compartidas de los integrantes de una sociedad (“...la cultura yo la entendería como una serie de manifestaciones específicas de un grupo social determinado, que lo identifican a través de sus creencias, costumbres, tradiciones, representaciones de la realidad”). Esta representación de cultura le permite definir lo que es una persona culta, colocándola más allá de la posesión de un capital educativo, y ligado más a un sentido y práctica de vida (“*Todos tenemos cultura ¿sí?, sin embargo tendríamos que ver qué tanta visión integradora tiene esa realidad. Hay personas que dentro de su nivel cultural perciben la realidad como algo reducido, no toman en cuenta otras manifestaciones, la historia del sujeto, no toman en cuenta sus creencias, sus costumbres, los comportamientos, cómo están determinados a un nivel micro y macro grupal. A otros sujetos su cultura les permite no quedarse pasivamente, de alguna manera reproduciendo mucha de esa información. Se cuestiona, se pregunta, propone, transforma, resuelve. Utiliza todos sus procesos cognitivos para poder decodificar ese entorno*”)

Debe ser claro, comprensible sencillo...

El programa *Estrategias al Cubo* es una objetivación de la perspectiva que se tiene sobre muchas dimensiones y niveles de la realidad de producción y transmisión televisiva, y de los contextos más generales que rodean a estos procesos. Sobre el programa el maestro Francisco Gutiérrez destaca alguna de las finalidades que se han asignado a este proyecto (“...*que la conducción pueda estar a cargo de personas que tienen la formación en psicología...ir dando a las personas la idea de que la salud mental no es un estado, es un proceso...que busquemos lo que ha demostrado ser científicamente efectivo... pero también entre lo que dice la gente, que es el saber popular...*”).

Estar al frente de un programa modificó su percepción sobre lo que hasta ese momento consideraba un “buen conductor” (“*Mi concepto ha cambiado...Inicialmente para mí...necesariamente eran personas esculturales o personas muy relacionadas...la más guapa o al más atractivo, o al más...Sin embargo, creo que cambió mi visión. Un conductor, creo que...además de, por qué no ser una imagen estética, debe ser una imagen propositiva, crítica, una imagen fresca, espontánea, no acartonada...debe tener información, debe tener un marco teórico de referencia, un criterio flexible, sin abandonar sus propias creencias o ideas. Habilidad para conciliar, para manejar la controversia, para no polarizar las cosas o meter más conflicto, sin darle elementos después...Un conductor, para mí, es tratar de interactuar con la gente, preguntarle, desequilibrarla, ante la falta de información, para que luego, entonces, cuando brinda la información, esa información se convierta en significativa. Un comunicador debe tener la habilidad de facilidad de palabra. No tener un lenguaje tortuoso. Debe ser claro, comprensible, sencillo...debe tener muy claro hacia dónde va, que matiz de su personalidad requiere...*”).

Su experiencia en el contacto con la gente a partir del medio televisivo le ha sensibilizado (“*Me gustó bastante que gente de estratos socioeconómicos bajos se acerque y me diga ‘oiga muchas gracias por lo que nos regala en televisión’. Eso mueve, creo que la fibra más sensible de cualquier ser humano*”). Pero tiene claro que esto no se debe transformar en una interacción que le genere beneficios de poder (“... *nosotros no le vamos a resolver la vida a nadie. Tener muy claro eso. Porque cuando la gente pierde piso y se vuelven divos, creen que sin ellos no pueden existir...*”), porque dice tener la certeza de que los resultados obtenidos a través de este programa son fruto de un trabajo en equipo (“*Porque quizá son unos los que salen...pero hay que gente que se ha...que le ha invertido tiempo en que yo pueda dar cifras, números estadísticas, hablar de tal o cual tema*”). Considera que la

producción del programa debe mejorar en diferentes aspectos (“...al nivel de escenografía, que pudiera ser como un poco más amigable la escenografía, más en confianza...que más gente participe en el programa ¿sí? Por ejemplo a través de entrevistas, a través de segmentos...cambiar un poco más la forma en que son elaboradas las preguntas en las locaciones...Trabajaría más en la cuestión de poder ampliar nuestros directorios de servicios, poder dar seguimiento a las personas que canalizamos...todavía faltaría un poco más, a veces, salirnos de ciertos formalismos.”) El mismo maestro establece una visión prospectiva sobre el proyecto televisivo que se plasma en este programa (“Yo lo veo como un proyecto importante, y un proyecto a futuro. Si lo veo ubicado, quizás no con las mismas características actuales, pero sí con una necesidad de tocar temas de salud mental”).

Habla **Christian Mejía**, conductor del programa “**Póptico**”.

Ando ahí, de un lado para otro...

Christian es conductor del programa *Póptico*. En su auto-presentación hace alusión a su nombre, edad, lugar de nacimiento, estado civil y lugar de residencia. Resalta la idea que proyecta de ser un sujeto itinerante (“Este, soy Christian Mejía. Tengo 24 años. Nací en la Ciudad de México. Soltero, sí. Vivo como en diferentes lados, en Guadalajara, vivo por allá en Valle Real, y vivo aquí por la colonia Independencia, tenemos otra casa de la familia. Entonces ando ahí, de un lado para otro”). Se identifica como un profesionista universitario (“Ya me gradué, soy ya egresado de la carrera de Comunicación del ITESO”). Subjetivamente se reconoce como un individuo con cualidades y defectos (“...soy muy emprendedor. Soy una persona que me entrego, al cien por ciento, en todo lo que hago...¿Mi defecto? Que de repente soy muy...ah...ansioso, soy muy desesperado. Quiero que las cosas sean rápidas. Y yo vivo en un mundo muy rápido, que todo se tiene que hacer, y hago mil cosas al día, entonces, de repente, cuando hay cosas que no veo como que tengan una rápida solución, las dejo a un lado y sigo haciendo las cosas...Sí, soy un poco intolerante ante la pasividad humana. Yo creo que en esta vida hay que estar bien prendidos”).

La información es la clave del éxito para todas las cosas...

Christian mantiene una idea precisa sobre lo que son los problemas que enfrenta el mundo actual (“...*la gente está muy expuesta a la información, pero a la vez está muy aislada de ella...El hecho ya de estar en las máquinas, y ser como una persona individual en eso, y construir relaciones virtuales, siento que eso, de repente que a la gente de mi edad nos cuesta un poco de trabajo...Siento que también vivimos en un mundo con mucha violencia, y que de repente nosotros los jóvenes tenemos como muchas propuestas, pero también tenemos pocos espacios para realmente gritar lo que nosotros queremos hacer*”) Para él, los flujos de información representan una ventaja que es necesario valorar (“...*al final puedes conocer culturas, puedes conocer otro tipo de...de noticias, puedes acercarte de una manera mucho más cercana a los problemas por diferentes medios. Y eso, eso genera...la información es la clave del éxito para todas las cosas*”)

Mi papá, como mucha disciplina...

Las referencias que presenta sobre su familia sugieren características de un núcleo diferente (“*Extraña, yo creo. Sí, es una familia un poco...este... diferente...eh...porque hemos vivido como que en diferentes lados*”). En esto influye el tipo de relación que sus padres han mantenido como pareja (“...*mis papás son separados...mi papá vive en España. Entonces, tenía que estar una temporada con él y otra temporada aquí en México*”). A pesar de todo, él valora positivamente esta situación (“*Una muy buena relación que llevó con cada uno de los miembros*”). Reconoce que de los miembros principales de la institución familiar ha obtenido aprendizajes importantes (“*De mi papá como mucha disciplina y mucho compromiso con lo que hago...Por parte de mi mamá es como ese sentimiento de libertad...*”), que le han permitido incluso el mantener diferencias (“...*él es mercadólogo...y bueno, quería que siguiera por esa línea. Y yo seguí por comunicación*”). Sobre sus creencias también ha contado con la libertad de decidir (“*Mi familia es católica. Tengo un tío jesuita. Y con él tuve una muy buena relación durante mi infancia...dejé de ir a la iglesia a muy temprana edad, como a los doce años. Me dieron esa libertad, esa opción*”) Por otro lado, la institución escolar significa buenos recuerdos

para Christian (“*¡Híjole! Fue...fue padre. Fue una experiencia de acompañamiento... como si tuvieras a una persona muy cerca de ti que siempre te esté como guiando para donde ir. Y así yo lo vi. Al final de la universidad...eh...así aprendí muchas cosas. Pero reafirmé también muchas de las que ya sabía*”)

Tengo desde 1997 en radio...

El deporte forma parte de las prácticas desarrolladas por Christian. (“*Estudié dos niveles de capoeira*”). También tiene experiencia práctica en construcción y proyección de música (“*...yo soy músico también de profesión. Soy DJ, y hago música electrónica, y me ha ido muy bien en ese aspecto, que es como otra parte de mi profesión*”). Además de que ha acumulado experiencia en el medio radiofónico (“*Tengo desde 1997 en radio. He manejado proyectos para radio para niños, para jóvenes...*”). El propio reposo y el aislamiento forman parte de esas prácticas que buscan equilibrar su agitado ritmo cotidiano de vida (“*Yo ya disfruto muchísimo mi soledad, y disfruto muchísimo los espacios. Estar en una cabaña perdido en un cerro, sí, ya es como para mí lo mejor, porque realmente es cuando me puedo separar de...de...de todo lo que me rodee*”).

No trato de aplicar principios religiosos a mi vida...

Plantea que ha buscado mantener una distancia respecto a las creencias y la normatividad religiosa (“*...yo estoy mucho más en el plano agnóstico ¿no? Eh...sé que puede haber algo, pero, digo, no tengo la capacidad para emitir un juicio al respecto ¿no? En mis principios no...no trato de aplicar principios religiosos a mi vida. Yo me rijo por mi ética y por la moral que me he construido*”). Como parte de esta toma de postura personal reconoce la importancia de orientar su vida cotidiana a partir de valores (“*...la honestidad ante los demás, pero sobre todo la honestidad ante ti mismo. No puedes ser deshonesto con la gente. Tienes que ser muy claro y tienes que decir las cosas de frente*”). Dice no abrigar miedos presentes. Estos acompañaron los momentos de definición sobre su futuro profesional (“*Era de si no estudio ¿qué voy a hacer? De –sí, estoy en la radio, y todo, pero tengo que profesionalizarme en esto. Porque no puede ser un comunicador improvisado*”). Su subjetividad también se expresa en la

definición de propósitos a conseguir (“...tengo un plan para el año que viene. Me quiero ir a Madrid. Este...quiero hacer un master de producción en televisión, para TV y TeleGlobo... y yairme a radicar a Europa”), y en su finalidad de conocer nuevos lugares (“Yo creo irme a Australia y conocer esos de kilómetros de playa que muchos son poco comerciales, yo creo que por ahí sería muy feliz...”).

Culta es la que persona que se ha tomado la molestia de tomar un libro...

Christian tiene una definición propia sobre el significado del concepto de *cultura* (“...es algo que está en nosotros, y que es algo que se tiene que buscar y que está en todos lados...la cultura no es para la gente que tiene acceso a dinero, sino todo es cultura realmente en nuestra vida”). Colocado desde este punto de vista distingue las características de lo que para él es un sujeto culto (“...creo que una persona culta es la que persona que se ha tomado la molestia de tomar un libro, de darse la oportunidad de abrir sus ojos y sus oídos a cosas nuevas, y que no se va con lo primero que le muestran, sino que indaga mucho más allá, no se va...tiene una opinión crítica. Una persona crítica, creo que es una persona culta”) El sujeto inculto es lo opuesto (“Una persona inculta creo que es esta persona que es pasiva, y nada más recibe, y recibe, recibe, y todo lo que recibe no tiene el criterio para compararlo y simplemente dice que, pues, que es lo mejor”).

Estás ofreciendo valores...

A decir de Christian, el programa de *Póptico* pretende ser diferente a los productos de la televisión comercial (“...tienes que tener muy claro, que no estás en un programa donde estés ofreciendo productos, estás ofreciendo valores...”), de ahí que sus objetivos y funciones también sean distintos (“...creo que *Póptico* tiene la función de entretener, y si algo de lo que decimos se queda a una persona, creo que ya ganamos...Esperamos que mucha más gente encuentre los mensajes, y que sea parte del programa. Y esa creo que es nuestra gran responsabilidad, hablar de valores, hablar de cosas que nos hagan como mejores seres humanos”). Por la experiencia adquirida en este proyecto, Christian cree tener una idea sobre las características del público que ve *Póptico* (“Muchos jóvenes...Mucha secundaria, mucho,

pero mucho adolescente, que es como nuestro nicho de mercado al que más estamos atacando... Que aunque en las llamadas se refleja que hay señoras de 45 años que nos llaman ¿no? Y señores de 30 años que también nos llaman.”). Asimismo, reconoce que existen limitaciones para poder desarrollar aún más este proyecto (“...en cualquier lado lo vas a encontrar, así estés en Televisa, y estés en la mejor empresa latinoamericana de televisión, va a haber limitaciones, siempre”), pero también tiene una percepción sobre la manera de superar estos obstáculos (“...la producción la haces desde el cerebro ¿no? Y entonces tienes que ser muy inteligente para...para romper esa barrera”). Dice contar con una idea general de los cambios que se deben operar en el programa para mejorarlo (“Tenemos que acercarnos mucho más al público...Pensamos mucho en nuestro público. Contestamos todos los correos. Leemos todas las llamadas. Estamos ahorita por empezar algo que se llama “Póptico Fan”. Es una nueva convocatoria. Es la segunda parte. Y esto de “Póptico Fan” va a ser conocer a los clubes de fans de los artistas, y nosotros vamos a ir grabarlos, y vamos a ir a convivir con ellos, vamos a ir a regalarles cosas. Y estamos haciendo eso”).

Tengo como un soundtrack de mi vida...

Christian considera que su participación actual como conductor televisivo de un programa de videos musicales tiene sus antecedentes en su experiencia vinculada a la música (“...crecí con música. De hecho toda mi vida, toda mi vida tiene momentos musicales, o sea, tengo como un soundtrack de mi vida muy, muy grande, y desde niño, desde niño se escuchaba todo. Vengo de una familia de artistas, donde desde mi tía cantaba, y alguien le tocaba un instrumento...de los acercamientos que tuve de chico, fue el jazz. Porque mi papá es fanático, fanático del jazz, entonces es lo que escuchaba a diario”), a la poesía (“...en la poesía, Mario Benedetti. Yo lo conocí desde hace mucho tiempo... conocer su vida fue muy interesante, y conocer a la persona fue también muy, muy rico”) y al contacto con otro tipo de manifestaciones artísticas (“...me gusta ir a las exposiciones, me gusta comprar obras de arte, y son cosas como que les tomo como mucho valor y como me gusta mucho la estética, tanto de cosas más tradicionales, como cosas mucho más innovadoras en la cuestión de las artes audiovisuales...”). Es de esta misma tradición sedimentada que resulta su aprecio y preferencia por el lenguaje sonoro (“...el sonido, es una manera en la que puedo sacar todos mis adentros ¿no? O sea, es una manera de

conectarme muy bien. Creo que es una de las claves del éxito que he tenido como músico, o sea, el poder expresar sentimientos por medio de sonidos, y la gente les gusta, los capta y lo asimila”)

Me saludan, me piden autógrafos...

Pero, a decir de él mismo, también la casualidad se hizo presente para convertirse en conductor televisivo (“*Yo comencé a conducir por pura mera casualidad...La conducción de televisión la verdad es que no lo tenía nada contemplado... Me platicaron que era un proyecto para jóvenes, que era un proyecto musical. Y que, bueno, había sido seleccionado para estar dentro del programa. Así fue como empecé*”). Desde la experiencia de aparecer en pantalla, alcanza a reconocer características de sí mismo (“*...soy una persona con muy pocas poses. Creo que como me ven en la tele, soy en realidad...*”). Considera que las reacciones de los televidentes son una ratificación de la transparencia con la que actúa (“*...la gente no es tonta, el público no es tonto, y entonces lo sabe. Y por eso se identifica, y por eso manda saludos, y por eso cuando me ven en la calle me saludan, me piden autógrafos, me piden fotos, todo*”). Sin embargo, también tiene en cuenta la presión objetiva que resulta de proyectarse en un medio como este (“*...sí es muy difícil, porque recibes mucha atención, y hay una línea muy delgada entre pasar de ser un conductor de televisión a ser una estrella de televisión. Porque la gente te ve de una manera muy especial, y cree que tiene la percepción y la visión de que tú haces un trabajo como fuera de este mundo. Cuando no lo es*”). Cree que el conductor debe reunir ciertas características que le lleven a desempeñar un trabajo de calidad (“*Ser una persona muy informada. Ser una persona que realmente pueda ofrecer una opinión, una opinión bien construida...debes de leer mucho, debes de saber qué está pasando en el mundo...Ser una persona con mucha rapidez mental, sobre todo eso*”), pero todavía más, considera que de este trabajo se debe hacer un proyecto de vida (“*Realmente, si es algo cotidiano, que lo vuelves como parte de tu vida*”). También establece que en su práctica, un conductor puede cometer errores graves que hay que evitar (“*Hacerte pasar por alguien que no eres, en las cámaras*”). Sin embargo, también reconoce la manera en que su participación en la televisión le ha modificado su idea sobre la apariencia física (“*Si era -la apariencia- una preocupación que*

tenía. Y sí era como una de las cosas que cuidaba, pero no a un cierto nivel. O sea, de repente entrar a la televisión fue como tener cuidado con eso”).

Comenta **Eduardo Miranda**, productor y conductor del programa “**Modular**”, y productor del programa “**Póptico**”.

¿Diferencia de allá y aquí? ¡ Ah claro, la inocencia...!

Eduardo Miranda (Eddy) es productor y conductor del programa *Modular*, y al mismo tiempo productor de *Póptico*. En la entrevista comienza su narrativa compartiendo su lugar, fecha y hora de nacimiento, y la migración de su estado natal a su lugar actual de residencia (“*Yo nací en Navojoa, Sonora, México, el 6 de mayo del 81. Dicen que a las tres de la mañana. Soy Soltero. Viví -en Sonora- hasta que tenía como 19 ó 20 años. Todavía no cumplía 20 años. Después me vine acá a estudiar a Guadalajara, y pues ya tengo como 5 años acá*”). En su residencia en esta ciudad cuenta con la compañía de su hermano (“*Yo vivo acá con mi hermano*”). Declara que la ciudad le gusta (“*A mi Guadalajara me gusta muchísimo. Yo me siento muy identificado con la vida acá en Guadalajara*”). Aunque reconoce las diferencias culturales entre los diferentes lugares (“*¿Diferencia de allá y aquí? A claro, la inocencia*”) . También acepta que su contacto con la cultura tapatía le ha permitido asumir otras prácticas (“*...desde que llegué aquí a Guadalajara empecé a practicar hockey, porque en Sonora olvídale que tengamos una pista de hielo*”)

Yo descanso con un poco más de movimiento...

Las prácticas que desarrolla Eduardo son variadas, aparte de la producción y conducción televisiva, también realiza estudios universitarios y ejercita la música (“*Estoy terminando la universidad en el TEC*”; “*De hecho, toco en una Banda que se llama Killallingstone. El disco salió hace dos semanas. Ya está en todas las tiendas. El video está a punto de salir. Estamos haciendo promoción, y es un lío.*”) asimismo, se ejercita en el deporte (“*Yo practico box y hockey*”). Las características de vida de Eddy le han llevado a desarrollar una forma peculiar de

descanso (“*Está bien raro, porque yo descanso con un poco más de movimiento. No, no soy de los que me aíso, definitivamente...*”), de ahí su preferencia por ciertos lugares para relajarse (“*...siempre intento irme a Las Vegas y disfrutar*”)

Ser honesto contigo mismo...

La representación que Eduardo tiene de sí mismo le lleva a describir algunas de sus características (“*...trato de siempre cumplir mis objetivos y no quito el dedo hasta cumplirlos...Tengo muchos líos con el tiempo...lamentablemente siempre llego dos minutos tarde*”) Parte de esos rasgos personales son los temores que alberga (“*...que me enfade lo que estoy haciendo...y que ya mis posibilidades físicas me impidan seguir haciendo las cosas que me gustan hacer, o sí, sí...que físicamente ya no pueda seguir mis objetivos*”). Se identifica con el valor de la honestidad (“*La honestidad...Ser honesto contigo mismo. Yo creo que con eso podemos llegar a muchísimos lados.*”) Allí también quedan colocadas sus experiencias que se entrelazan con sus deseos (“*...no conozco, y me encantaría ir a Argentina...Me enamoré de Londres, pero Argentina es así de que...*”), y sus representaciones sobre los espacios (“*Guadalajara es una ciudad muy cultural, muy diversa. Donde un pintor, un músico o un cineasta te puede desarrollar...puede desarrollar sus habilidades...*”) Eduardo tiene, asimismo, identificado el problema más acuciante de este mundo (“*Intolerancia. Totalmente. La intolerancia*”) Considera a la tecnología como una ventaja que este mundo nos ofrece (“*La tecnología. Totalmente. La tecnología. Fue una...y el desarrollo que tuvo la televisión ¿no? y la producción audiovisual, la nación 3D. Yo sí lo enfoco en tecnología.*”). Pero en su repertorio de representaciones, la que corresponde a los mexicanos la encuentra difícil de definir (“*No sé ¿qué es ser un mexicano? que el Laberinto de la Soledad te podría explicar mil cosas, este...en la torre ¿algunas características? Cariño, calidez...cariñosos, creativos, calor humano*”).

Donde no hay negocio, no hay negocio...

Los contextos en que Eduardo desarrolló su niñez son calificados por él como social y culturalmente muy codificados (“*Crecí bajo muchas costumbres, pero no por eso muy moralistas, sino costumbres muy de la región...*”). De la institución familiar reconoce

interacciones privilegiadas (“*Siempre me identifiqué mucho más con mi papá ¿no? Pues yo me la llevaba en su camioneta ¿no? Pues mi papá es ingeniero agrónomo. Y me la llevaba con él en las tierras, en las que él trabajaba y escuchando la música que él traía, y que gracias a Dios no era banda*”). Aunque este vínculo también contaba con una parte negativa (“*Yo, de repente, siempre extrañaba estar con mi papá, y como lo veía poco, pues, eh, cuando lo veía pues estaba dos tres borracho, más o menos borracho...*”) Es claro que los adultos de la familia cumplieron una función importante en la transmisión de normatividades para valorar y ejecutar prácticas (“*A mí nunca se me va a olvidar una vez que mi abuelo me dijo –Eduardo, donde no hay negocio, no hay negocio... Si no estas a gusto con lo que estás haciendo o si no sientes que estás entregando una parte de ti o que estás poniendo como la marca de los Miranda ¿no? de...qué estás haciendo allí, o sea, realmente...donde no hay negocio, no hay negocio*”) De la experiencia familiar resulta parte de la creatividad que le caracteriza (“*...crecimos allí en un ambiente, muy por el rollo de la repostería, de siempre estar creando cosas, de siempre tratar de usar un poco de imaginación para crear nuevos diseños en pasteles y cosas así*”) También de su familia proviene su gusto por la música (“*Viene la influencia directa de mi papá. Y mi papá escuchaba a Led Zeppelin, escuchaba muchos grupos de Europa y de Estados Unidos. Yo sí siento que tengo una influencia más gabacha, como se dice comúnmente... Mi papá escuchaba muchas cosas, las cuales...hasta ahorita ya de grande estoy empezando a descubrir más de él.*”). Su contacto con la música comenzó desde temprana edad, y se convirtió en referente sedimentado de su gusto y práctica musical en el género del rock (“*...a mí nunca se me va a olvidar la primera vez que escuché una batería en vivo... Yo creo que eso me traumó, la música. Yo soy músico desde los doce años, empecé ya a tocar bien la batería. Por ejemplo, ese tipo de cosas que me las topé allá, nunca se me van a olvidar. Y de cierta manera marcaron mi vida hasta ahorita. Sigo siendo músico, y traté de buscar algo que pudiera ser lo más apegado a la música ¿no? que es producir programas de música. Lo cual me llena mucho*”). Sus actuales gustos musicales tienen también referencia respecto a esas experiencias vividas en la niñez (“*Toda la escena alternativa...Hablemos de metal, heavy, jindi, rock, emorock*”) Pero también de esa niñez desarrollada en Sonora, provienen sus gustos fílmicos (“*Desde chiquito siempre me gustaron muchísimo las películas de terror, las clásicas ¿no?, desde muy niño y hasta la fecha todavía colecciono muñequitos de Frankenstein. Frankenstein, toda mi vida me ha gustado mucho*”)

Me pegaban en la escuela...

De sus experiencias vividas en la institución escolar Eduardo tiene una representación muy positiva (*“La primaria fue muy enriquecedora para mí. Tengo muy buenos recuerdos. De la secundaria también. De la prepa ni se diga. Pero la universidad, definitivamente la universidad fue donde, ya, en la torre, pude explotar lo que me gusta, y hacer distintas actividades”*) A la luz del presente identifica los mecanismos de poder utilizados en este tipo de institución por parte de los sujetos de poder (*“...la directora era una señora como de setenta años, y traía todos los rollos de antes, de pegarle a los alumnos ¿no? A mí me tocó llegar con marcas a mi casa ¿no? Y mis papás pensaban que me portaba mal, y me regañaban en la escuela, me pegaban en la escuela, y llegaba a la casa y me regañaban más”*), pero también el poder ejercido por parte de ciertos grupos de estudiantes, cuyas actitudes imprimieron su marca (*“...estuve en una secundaria de puros hombres. Y el ambiente era muy difícil...nunca se me va a olvidar un amigo que era como afeminado, pero no era homosexual. Y él terminó teniendo esas dudas ya en la universidad, por tanta carrilla que le tiraron, y por tanto rechazo que tuvo, terminó teniendo dudas”*)

Con el tiempo, entendí qué era Dios...

En la postura religiosa de Eduardo se encuentran consideradas distintas dimensiones. Hay una adscripción a la tradición institucional familiar (*“Soy católico, por mi familia. Pero no, gracias a Dios soy ateo”*). Existen también experiencias personales significativas en el campo de las creencias y prácticas religiosas (*“Estuve en una división de la iglesia, no es división, una ramificación de la iglesia, se llamaba Renovación, donde sí estuve muy apegado a Jesús ¿no? Ya después, con el tiempo, entendí qué era Dios... me tocaron experiencias muy gratas. Me tocó que un amigo mío...tenía cáncer, y ya le habían dado 6 meses de vida, y fue cuando todos entramos a ese movimiento de renovación o cuando todo mi grupo entró a pedir por él. Y me tocó el milagro a mí, definitivamente de que de un día para otro no pues tenía nada”*)

La cultura es interacción...

Eduardo tiene una visión de la cultura (“...es la interacción de la cotidianidad urbana, expresada en todo lo que vemos, ya sea...ahorita que estaba escuchando el ruido de las calles ¿no? Toda la interacción humana que hay en Guadalajara”). También considera que existen sujetos de los llamados cultos, los cuales, a su ver, poseen ciertas características (“...persona sin restricciones, una persona que no tenga miedo de...de...o barreras ¿no? para leer ciertos autores, para conocer ciertos tipos de música...”.) Una persona inculta se distingue por otros rasgos (“Es la persona que se estanca...que se encierra en su mundito y que no se atreve a ver las cosas que están más lejanas ¿no? de su círculo social o cultural”).

Siempre trato de poner algo mío en el programa...

Su preferencia por el uso del lenguaje audiovisual también resultó de un gusto aprendido desde la infancia (“Las películas. Desde niño...eh...desde niño siempre supe que quería, eh, platicarle a la gente todo lo que me imaginaba dentro de un pequeño cuadro ¿no?, donde puedes...donde tienes la oportunidad de crear tu propio mundo ¿no? eh...y demostrarlo”). Sabe que como productor se ha preocupado por activar acciones que buscan dotar de un mayor realismo a lo que proyecta (“Trato de ser más visceral...Un poquito más crudo, y mostrar al grupo como es ¿no? a las tocadas como son, eh, al artista tal cual como es dentro de su vida diaria, de su vida cotidiana, eh, no trato de disfrazar tanto...o de estilizar las cosas....pienso que en cada personaje tiene cierta belleza, la cual la puedo capturar con una cámara o con un micro”). Como productor acepta que en la producción de un programa combina su preocupación por tomar en cuenta al público y el hacer presente su propia, parte de creatividad (“Siempre trato de poner algo mío en el programa. Pero sí pienso qué quiero mostrarle al público; qué bandas valen la pena que el público conozca; qué tips son tan buenos como para enseñarlos; qué videos vale la pena mostrar ¿no? Sí, definitivamente sí pienso en el público, pues es para el público lo que estamos produciendo”) El ser productor al mismo tiempo que conductor, desde su punto de vista, tiene ventajas y desventajas (“...sí es muy difícil estar conduciendo un programa y producirlo a la vez, y de repente también correr video a la vez... Pero sí, sí lleva una gran ventaja, porque vives más el programa... sientes más tuyo el

programa, sí te ayuda mucho”) Acerca de las posibles limitaciones generadas desde las políticas institucionales, Eduardo dice que no ha encontrado obstáculos para desarrollar su trabajo (“*No limitaciones de políticas, no, definitivamente no, gracias a Dios. Eh, estoy en un canal donde tengo toda esa libertad*”). Aunque sí está convencido de que existen otro tipo de limitaciones (“*...lamentablemente pues estamos en un país tercer mundista, y sí tenemos una limitante de infraestructura donde no muchas veces se pueden hacer las cosas que traemos en la cabeza o entregar un producto con la calidad suficiente como para competir con los más grandes canales*”). Considera positiva la respuesta que ha obtenido en su relación con los grupos musicales y las personas vinculadas al programa (“*...gracias a Dios siempre hay gente que se te acerca y te hace ver que le gusta tu trabajo o algo así. Y fuera de eso se nota ¿no? se nota ya en los grupos que quieren salir en el programa. Todo el montón de demos. A mí me llegan de 4 a 6 demos diarios de grupos. Hay mucha oferta de bandas para tocar. ¿Si no fuera productor?*”) No se imagina a futuro de otra manera que no sea desempeñando prácticas de productor y músico (“*¿Si no fuera productor? Seguiría siendo músico y productor*”)

Trato de ser la persona que tira el anzuelo...

Como productor, Eduardo tiene un objetivo claramente definido a lograr con el programa *Modular* (“*El propósito total del programa (Modular) es mostrar la escena de Guadalajara, la escena jalisciense de rock, y de repente con sus ciertas pinceladas de lo que se está haciendo en otras partes del mundo...mostrar cómo son los toquines...cómo ensaya un grupo, qué limitantes tiene un grupo...que haya cierta interacción entre los músicos, donde se puedan como entre comillas, pasar ondas, pasar tips...*”). Por otro lado, al público que consume el programa de *Modular*, Eduardo lo reconoce como gente muy joven (“*yo creo que el estandar según yo es de gente de 18 o de 16 a 35 años... es un público más inclinado hacia rollos artísticos*”). Pensando en el público, gusta seleccionar los grupos que se presentan a partir de escucharlos en vivo, por eso procura estar ahí en los espacios de ejecución pública del rock (“*Prefiero mil veces escoger a las bandas escuchándolas en vivo, y viéndolos en el escenario. Por eso me la vivo en conciertos*”). Su intención es satisfacer el interés musical de un público diverso (“*Trato de ofrecer siempre géneros muy distintos en cada programa...Trato de que cada programa sea distinto, para que siempre sea una sorpresa...que sientas esa expectativa de que haber quién va*

a tocar este lunes”) No considera que a través del programa el pretenda decir la última palabra sobre lo que es este género musical y sus figuras emblemáticas (*“Yo no quiero decirle a nadie quién es el rey del rock’n roll o quien es el rey del ska o quién inventó el ska”*) Más bien, dice colocarse en un lugar de mediador entre la música y el público (*“Trato de ser la persona que tira el anzuelo...que un montón de gente, un montón de chavitos se enamoren de la música y de las corrientes alternativas, y que por su lado le busquen”*). En definitiva, para Eduardo, este programa es la expresión de un deseo personal hecho realidad (*“Siempre soñé con tener mi programa de rock. Y mientras haya escena en Guadalajara, pues tiene que haber programas”*).

Un tipo de gente yo creo que más estándar...

Cuenta con una opinión sobre la probabilidad de que el otro programa que produce, Póptico, tenga un perfil propio, que le diferencie de otras propuestas que ofrece la televisión comercial (*“Y siento que el programa no puede caer en los mismos estereotipos en los que caen varios programas de telehits o de MTV, donde sí son totalmente mundanos”*). Como parte de esta construcción que busca la diferenciación, Eduardo destaca la inclusión de material videográfico distinto (*“...a mí me interesa mostrar y que la gente se dé cuenta que hay muy buenas propuestas en otras partes del mundo”*). Distingue que el público que sigue el programa de Póptico, tiene un perfil distinto al que gusta de Modular (*“...es un tipo de gente, no quiero llamarlo comercial, ni tampoco llamarlo masa, un tipo de gente yo creo que más estándar ¿no? más de sociedad...es un público más joven...lo ven niños de 11 años...”*) De este mismo proyecto, valora positivamente la relación que se ha establecido entre los conductores y el público (*“...la gente se ha identificado muchísimo con Christian y Paloma. Siento que la gente reconoce a Christian en todos lados, a Paloma ni se diga. Siento que sí, la gente sí se ha enamorado de ese tipo de conducción y el estilo que ellos dos manejan”*). Está clara para él la función que este programa de música pop puede cumplir al nivel de favorecer el reconocimiento e identificación entre los jóvenes (*“Sí, definitivamente, creo que sí son más rollos de identidad en los que se pueden sentir identificados con el programa. Y creo que el hecho de conocer otras propuestas que también caben en el pop de otras partes del mundo, te ayudan a socializar mejor ¿no? Porque ya le pueden pasar tips a sus amigos de grupos nuevos”*)

Cuenta **Cornelio García**, conductor del programa “*Cantares y Costumbres*”.

Soy un grabador que pinta...

Cornelio García es conductor del programa Cantares y Costumbres. Reconoce su origen considerando las variables de lugar, fecha exacta e incluso hora de nacimiento, asociando este hecho con una celebración religiosa de significación cultural-popular (“*Yo nací en Temamaztlán, Jalisco, un día de la Candelaria, o sea un día 2 de febrero de 1943, a las 6 de la mañana, madrugué*”). Se identifica como sujeto con diferentes roles sociales, sumando a esto características particulares (“*Yo he sido padre y he sido un hijo, un hijo muy agradecido con mis padres, porque siendo campesinos me apoyaron para que yo estudiara en la UNAM*”). Señala y valora su práctica cultural profesional como un elemento de identidad (“*Yo soy grabador, soy un grabador que pinta, como hay pintores que graban*”). Asimismo recupera su experiencia en medios de comunicación asociándola con su gusto por determinadas manifestaciones culturales (“*Desde el 80 trabajo en XEJB con un programa de música popular, que ha cambiado de nombre. Desde 1980 hasta la fecha le he cambiado de nombre, me han cambiado de horario o yo he cambiado de horario, pero el tema siempre ha sido el mismo: los mariachis antiguos, los mariachis de los cincuenta y los mariachis modernos o la música folclórica auténtica de centro y Sudamérica, de Estados Unidos, de cualquier parte del mundo*”). Indica los resultados favorables que emanan de sus prácticas de vida (“*He tenido mucha suerte en el amor, en mis trabajos, en mis proyectos. Entonces, soy un muchacho feliz...*”)

Yo duermo con el celular debajo de la almohada...

Don Cornelio tiene también una mirada que reconoce la situación que guarda el mundo presente. Identifica el mayor problema (“*...creo que es el de la contaminación*”). También el significado de la revolución tecnológica. Ésta la ilustra reflexivamente con una imagen (“*...cómo vamos a negarle a un indígena usar rayvance o unos tenis ¿por qué? Se verá feo, pero si es su decisión, él tiene todo el derecho. En sociología se llama apropiarse de otra cultura...cultura apropiada...Yo duermo con el celular debajo de la almohada, no me vaya a caer una chamba*”; “*...te sorprenderías cuando los huicholes nos ven por Sky. En la sierra*

huichola ven “De Kiosco en Kiosco” por Sky. Y luego en Cuernavaca nos ven por Telecable, por el 52. Y así, en muchos pueblos nos ven por el Telecable. Y bueno, de Estados Unidos nos ven en muchos estados. Nos llegan muchos correos electrónicos, muchos”).

Hay mucha tierra roja en San Andrés Comiata...

Un aspecto que se destaca en la narrativa de Don Cornelio es la constante referencia a los espacios. Éstos pueden ser espacios hipotéticos (“...ya vivas tú en Nueva York, en Los Ángeles, en Munich, en...en Ciudad del Cabo, en Tecolotlán, o en un rancho más chiquito, que puede ser El Sabinito o en La Florida o en Colotitlán...”); espacios conocidos (“Estuve en Mombasa...Conozco Cuba, Puerto Rico. Estuve en Machupichu, Cuzco, que es bellissimo. Conocí Copán, Honduras, también. Y bueno, acá conocí Montreal, Canadá, Nueva York, Los Ángeles...”); espacios asociados con prácticas propias (“Me fui a Nueva York, de Nueva York me fui a París, donde viví dos años cantando folclore y viendo...visitando museos...De París me vengo al DF, y del DF me voy por centro y Sudamérica cantando folclore y conociendo museos. Mi objetivo era conocer los museos de artes plásticas...en Nueva York era copiador de cuadros abstractos de una empresa...”); espacios relacionados con prácticas vinculadas a otros sujetos (“...su mamá –de Lilia Downs- vivía en Lusaka, Zambia, África. Tenía una granja...”; “...había parejas que llevaban tres horas platicando, dos viejitos chimuelos, humildes, llenos de tierra, porque hay mucha tierra roja en San Andrés Comiata.); espacios y prácticas personales asociadas con medios de comunicación (“En centro y Sudamérica, en África, siempre iba como invitado, para hacerme promoción en los recitales que hacía en Chile, en Perú”); espacios y prácticas asociados con interacciones y objetos (“Porque yo iba haciendo recitales en las casas de la cultura, con mi segunda esposa, mi segunda compañera, mi vihuela jalisciense y mi guitarra”); espacios con prácticas y objetos culturalmente significativos (“...yo iba cantando por centro y Sudamérica e iba a las estaciones de radio y a las estaciones de televisión y a la prensa escrita, con mi sarape de Guerrero y mi guitarra...”); espacios y sujetos asociados metafóricamente (“Jean Cibelius, tiene algo que se llama Finlandia”). En este mismo sentido, su infancia la asocia a un lugar al que nombra y detalla (“Entonces vivíamos en un rancho de 2 mil habitantes, San Buena Ventura, municipio de Tecolotlán, Jalisco”);

Yo fui acólito, y luego alcohólico...

Para Don Cornelio la familia como institución cumple una función muy importante en la formación de los sujetos (*“La familia siempre influye en la formación del niño, que después llega a ser adulto”*). Muestra ejemplos de la manera en que esto se desarrolla (*“Entonces, mi padre, como agricultor, quería que estudiara ingeniero agrónomo o doctor, porque él estaba viendo que yo beneficiara a la comunidad”*). También hace mención de un tipo de interacción desarrollada por él en el seno familiar (*“Y entonces yo le explique que no tenía sentido estudiar algo que no me latía. Quería mucho a la tierra y a los campesinos, pero a mí me gustaba dibujar, entonces yo quería ser pintor. Y afortunadamente me apoyó...”*). Y se refiere a la experiencia religiosa que vivió en familia (*“...vengo de una familia religiosa, y luego yo fui acólito, y luego alcohólico, y ya me estoy aliviando...”*). Asimismo hace referencia a lugar que ocupó en su familia y al trato recibido (*“... yo fui un niño mimado. Yo fui el último de seis varones, y me crié, como quien dice, bien chiqueado a las faldas de mi madre y en el caballo de mi padre, y fui chiqueadísimo”*). Habla de su hija con exactitud (*“Tenemos una hija concebida en Ecuador y nacida en Lusaka, Zambia. Se llama Tandiwe García Dawns, que ahora tiene 32 años, y es mi impresora en el taller de grabado que yo tengo”*). Su tránsito por la institución escolar también la objetiva haciendo mención a ciertos espacios (*“Después de estar en primaria, secundaria y prepa en Longwoock, California, en la Ramonas, luego Carmenita Gramers School, que le llaman, y luego la Excelsior, HigSchool, y así. De ahí me fui a estudiar a la Escuela Nacional de Artes Plásticas el 63, terminé en 67”*) De su etapa infantil en la escuela guarda buenos recuerdos (*“...a mí me gustaba ir a la escuela, porque repetí tercer año, porque no había más en el rancho. Entonces repetí como cuatro años tercer año, porque me gustaba...”*)

Fui amigo de intelectuales de la época...

A Don Cornelio también le parecen significativas las interacciones con determinados sujetos, a las que en regularmente las asocia con espacios o con tiempos. De estas relaciones destaca su contacto con cantores (*“Alterne con Víctor Jara, en La Peña de los Parra ,eh...y alterné con él en la embajada de la República Democrática Alemana en un concierto, cantamos*

él y yo...Conocí también al hermano de Violeta Parra, a Roberto Parra, al que le compuso una canción. En una canción habla de él: ‘Me mandaron una carta, por el correo temprano, en esa carta me dicen que cayó preso mi hermano...’. Y bueno, su hermano, el hermano era Roberto, y yo lo conocí porque yo canté en la Peña de los Parra un tiempo...”), con una pintora (“*Yo vivía entonces con mi segunda pareja entonces, es una pintora a quien quiero mucho, Penélope Downs...”*), con la pareja (“*...mi mujer y yo fuimos a Los Ángeles California a lavar platos, en Hollywood y en Los Ángeles, para ahorrar dinero y comprar una grabadora...”*); y con académicos (“*...fui amigo de intelectuales de la época...tuve el privilegio de convivir con gente célebre...”*)

Siempre me gustó hacer reír a la gente...

En su narración, Don Cornelio también deja escapar gustos y deseos. Por ejemplo por una expresión artística (“*...yo quería una grabadora profesional, para ir haciendo grabaciones de campo con música folclórica, que siempre me ha gustado*”); por una práctica (“*...siempre me gustó hacer reír a la gente, y me gustó siempre eh...hacerle como al teatro con los demás niños*”); por una bebida (“*Y para que negar que nos gusta el tequila, si al cabo es cierto*”). También habla de sus gustos musicales actuales (“*...Empiezo el día con música alegre, para entrar en calor. Pero luego hay un momento que escucho música clásica en las dos estaciones que ya conocemos, que se escucha...*”). De la misma manera hace referencia los autores e intérpretes musicales de su agrado (“*A mí me gusta mucho Jean Sibelius, muchísimo...*”). También declara su gusto por la forma existencialista de vida (“*Me ha gustado mucho la manera de vivir de algunos existencialistas franceses...*”), en particular por un personaje ligado a esta forma de pensamiento (“*...él no aceptaba premios, ni reconocimientos, ni cosas de esas, y siempre fue humilde. Lleno de premios, y nunca se cambió de su buhardilla en el centro de París, en el barrio latino...*”); y por personajes como Guadalupe Posada (“*...nacimos un 2 de febrero los dos. Nacimos el mismo día, a los dos nos gusta el tequila, a él le gustaba el mezcal...*”). Su gusto por el deporte lo reconoce desde su experiencia lejana (“*Como yo me críe en el rancho teníamos que correr mucho. Todavía camino mucho...en el rancho nos acostumbraron a caminar mucho...Nos criamos como los chivos silvestres, y yo todavía conservo algo de eso, de chivo, porque me gusta caminar por toda la ciudad, caminar, caminar,*

caminar, y usar mi cuerpo, sudar, y como mucha sal, a raíz de eso, ya que la dieta del rancho era mucha sal y mucha azúcar”). Desea conocer lugares pendientes en su experiencia (“...países que me gustaría conocer...No conocí Bolivia, no...no conozco Japón y no conozco la India, y no conozco China. Me gustaría mucho estar en Japón, China, la India, Chingapur, y algunos de esos países raros”) Estos gustos y deseos hacen que el se autorepresente como un sujeto de placer (“Soy muy hedonista, y he sido muy feliz, he sido mucho muy feliz”). También habla de sus disgustos (“...a mí no me gustaba trabajar...”)

Me dejo llevar por las faldas...

Su interacción con las mujeres ocupa un lugar relevante en su experiencia cultural. Las mujeres aparecen como símbolos orientadores de sus prácticas (“...como que las mujeres me han guiado y yo me dejo llevar por las faldas, y por todo lo demás, que tú ya conoces, y no vamos a hablar de ropa íntima...”); como objeto de deseo ante la carencia (“...porque no tuve hermanas, entonces me gustaba mucho conquistar a las muchachas, tener muchas novias...”); como un medio afectivo (“Yo busco mi tranquilidad en la música, y en el grabado y en la lectura, y en los viajes y en las viejas”); como instrumento sexual útil (“Yo ya hablaba francés. Lo aprendí en la cama. Porque allá me decían en Francia: -el francés se aprende en la cama, no vengas a la Alianza, busca a una francesa. Y así le hice, y sí aprendí. Aprendí la lengua francesa); como personas a las que hay que educar (“...la estoy preparando -a su hija- para que ella acepte la vida como venga, las buenas y las malas, y que la vida se vive nada más una vez”); y como producto erótico creado, y material generador (“Yo veo muchachas encueradas, muchos glúteos y muchas chichis, y eso pues me gusta, ombliguitos, patitas, y eso me deleita, pues a mi todavía me gusta echarme mis desnudos...”)

De que existen los nacos, pues es la verdad...

Desde su experiencia, Don Cornelio ha construido una concepción sobre la cultura (“...yo sí la quiero separar: la cultura popular y la alta cultura, vamos a llamarle así, las bellas artes”). Define instrumentalmente lo que es la artesanía como práctica cultural, para diferenciarla del arte (“Porque no es lo mismo un jarrito de Tonalá, por más bien dibujado que esté, en petatillo

y todo, pero que tiene una función práctica, como beber café en la mañana con piquete, o sin piquete o el puro piquete, hay cada quien que escoja. Pero es artesanía, no es arte”). Mientras que al arte le asocia una característica fundamental (“Es otra cosa. Es arte contemplativo”), y lo asocia con espacios especiales (“...esos centros son sagrados, y son para, qué sé...sones de mariachi de Blas Galindo, sones para mariachi con una orquesta sinfónica. Y por muchísimas cuestiones, esos lugares tan sagrados son para eso... para el arte contemplativo”). Reconoce las formas diversas en que se manifiesta la cultura popular (“...ya sabemos que es la danza, las máscaras de colorín que hacen en Suchitlán, por ejemplo, allá por Comala... el canto de los campesinos cuando llevan al Señor del Socorro con cohetones y música, para que llueva, y cantan alabanzas. Esa es la cultura popular. Es la cultura del pueblo”). Establece una asociación entre incultura e ignorancia de un sujeto (“¿Persona inculta? Es una manera muy peyorativa de llamarle a alguien, pero de que existen los nacos, pues es la verdad, o sea también existe el naco, y existe el hombre ignorante, o no ignorante: desinformado...yo llamaría inculto al que pretende ser culto y no lo es. A ése sí lo llamaría inculto. Que se dan aires acá de muy sabiondos y que esto y que lo otro, que se visten de una manera así, y luego posan, y se creen que saben mucho, y de pronto ¡zaz! te das cuenta que son brutos, y están pretendiendo algo que no se es. Ésos sí son incultos”) Pero aún en la persona llamada inculta Don Cornelio reconoce la presencia de una cultura propia (“Un obrero tiene su cultura popular, que corresponde al barrio. Él no va al Degollado a escuchar a Mozart...pero ese obrero escucha a Vicente Fernández y come enchiladas, y pozole, y tostadas y birria, y él está haciendo cultura, él es cultura, él es la cultura popular...Lo que pasa es que cada quien tiene una cultura, muy especial. Pero también debemos de reconocer que hay señores que son casi brutos, pues, no quieren entender, o ni respetan la cultura popular, ni respetan la otra cultura...”). Asocia la persona inculta o desinformada, con la carencia de educación (“... a él le toco quedarse ahí. No tuvo acceso a las escuelas, a las universidades, y pues tiene una cultura limitada”)

Desde niño me gustó hacer composiciones...

Su actual gusto e interés por las actividades culturales-artísticas lo explica Don Cornelio por el largo trayecto de experiencias que se remiten hasta su infancia (“Entonces desde niño me

gustó divertir a la gente...hacer composiciones, hacer dibujos, cantar con mi guitarra...”; “...y mi padre me llevaba, cuando venía el hortelano a comprar semillas y fumigantes, me llevaba organillos de boca Honner, muy bonitos, y ahí traían un grabadito, en la portada de las cajitas duras, traían un grabadito de Posada, con Hidalgo, con el estandarte de la virgen y un niño que se levanta a recoger una piedra. Ese grabado de Posada, que colorearon después, me marcó para toda la vida”; “...pero ya estando en Nueva York, el 66, yo tenía como 21 años, ya sacaba discos de música clásica para escucharlos con tranquilidad en mi estudio”). Señala circunstancias muy concretas en que su experiencia cultural pasada se ha objetivado en su actual práctica en los medios (“Entonces yo en el radio, siempre me gustaba hacer chistes”). Particularmente se refiere al trabajo de conducción en radio (“...yo llego aquí, haciendo radio...más bien, por el deseo de hablar, a mí me gusta mucho hablar...A mí me gusta platicar. Vengo de un rancho de gente muy platicadora. Como no había radio, ni televisión, la gente platicaba mucho”)

Yo sí le tengo miedo a la muerte...

Sus aprendizajes culturales de la infancia marcan parte de su percepción actual sobre el miedo (“Pues mira, yo vengo del rancho, entonces en el rancho nos enseñaban a ser bien hombres, bien machos. El miedo es de cobardes”). Sin embargo, identifica la manera en que ciertas circunstancias propician que, a pesar de todo, el miedo se haga presente (“...cuando estás crudo o estás deprimido hasta una mosca te espanta...”; “... el miedo te llega cuando no tienes qué hacer, y que tienes demasiado tiempo aburrido”) Sobre todo se refiere al miedo a la muerte, asociada a la edad (“Y bueno, yo sí le tengo miedo a la muerte. y también el miedo a dejar una niña que, por ejemplo, tiene 2 años y medio, y yo tengo 63”). Pero también el miedo que resulta de fenómenos objetivos que ocurren en la naturaleza (“...el sol se va a ir enfriando, entonces la tierra se va a ir helando, congelando. Entonces, eso me daba miedo. Ahora ver que el sol va a acabar con la tierra, nos va a calcinar. Qué fatalidad, pero es una realidad”). La parte subjetiva, asociada a las creencias religiosas, también está presente en Don Cornelio como una de las expresiones de su formación cultural. Mantiene una idea acerca de Dios (“...Para mí Dios es una idea que inventó el hombre ante las tempestades, ante los incendios, ante los animales feroces... Yo creo más bien en el cosmos... yo soy más materialista”; “Yo creo mucho

en el hombre, pues, también, en la grandiosidad del hombre”). Y se dice respetuoso de las creencias de los otros (“Y respeto muchísimo a las personas que creen en Dios... me voy más bien por ese lado, y por el enigma de la existencia desde el punto de vista material”).

“Gracias a usted, conocemos esos pueblos...”

Expresa ideas sobre las funciones del programa. Una de ellas es que le permite ser reconocido (“...muchísima gente en los mercados públicos, me reconoce. Para mí, eso y la quincena que se gana uno es la satisfacción más grande. O sea, es muy bonito que la gente te reconozca en la calle. Y que te invite a comer, a beber o que te escriba correos electrónicos...”) Otra es la de hacer transitar real o imaginariamente a los televidentes por distintos escenarios (“...por ejemplo, me dicen –ay don Cornelio, mire, somos muy humildes y no podemos viajar, pero por lo menos, por medio de su programa viajamos a esos pueblos por medio de la televisión. Gracias a usted, conocemos esos pueblos”; “Y mucha gente me ha dicho -Don Cornelio, gracias a usted mi esposa y yo hemos visitado muchos pueblos que vemos en la tele, y los vamos siguiendo”). La representación que ha construido acerca del público que ve el programa de *Cantares y Costumbres* tiene distintas aristas (“...es muy variado...Pero en general, es clase media, clase media baja, y unos cuantos de clase media alta, y yo creo que más bien regular de la clase alta. La clase intelectual yo creo que se interesa...”). Destaca la importancia de la participación de los televidentes (“Hay llamadas donde te hacen observaciones, sugerencias. Eso es muy bonito. Pero en general son cartas de aceptación, en donde les gusta mucho”). Su práctica como conductor de televisión representó, a decir de Don Cornelio, una experiencia nueva, con sus dificultades (“En vivo me costó trabajo acostumbrarme al chicharo. Y luego tenemos la desventaja de que a veces empieza a hablar el productor, y te manda un mensaje, pero como que entra tarde...”). De cualquier forma, expresa sentirse bien con su trabajo (“Yo me siento muy bien”)

Hipótesis de trabajo sobre las formaciones culturales de productores/conductores de C7.

Mario Robles puede ser considerado un sujeto producido culturalmente, al mismo tiempo que productor cultural. Elementos que se pueden destacar como elementos configuradores de su formación cultural son los siguientes: su experiencia de haber vivido en espacios que favorecen las expresiones de la cultura popular; su tendencia a utilizar un lenguaje con expresiones predominantemente populares; su identificación con las manifestaciones culturales tradicionales; su afinidad con el pasado lejano de los pueblos; su postura opositora a la lógica de mercado y de masificación de los sujetos; el realce que hace del valor de la libertad y la creatividad; y su rechazo a los estereotipos dominantes de estética social.

Bajo simples presuposiciones lógicas, consideradas sólo como hipótesis de trabajo, se supondría que los programas que produzca Mario Robles tendrían que objetivarse en narrativas referidas a diversas manifestaciones de carácter popular, con un manejo de lenguaje televisivo que muestre sujetos, objetos, prácticas, espacios, tiempos, interacciones y rituales anclados en las tradiciones de grupos sociales determinados.

El maestro **Francisco Gutiérrez** posee una formación cultural en la que resalta su preparación académica y su experiencia profesional en el campo de la psicología. En su expresión se refiere poco a los aspectos propios, considerados más íntimamente personales, y cuando lo hace le cuesta dificultad dar fluidez a sus enunciaciones. La representación que tiene sobre la importancia de construir explicaciones científicas sobre el comportamiento personal y de la sociedad se objetiva en las construcciones argumentativas que desarrolla y en los términos que utiliza para expresarlas. Francisco es una persona que procura cuidar mucho estos dos aspectos relacionados con su lenguaje. El programa televisivo que desarrolla es una muestra de su interés por la psicología y por una forma de conducción y tratamiento temático que da cuenta de estas características de su formación cultural particular.

De la historia personal de **Christian** se destaca la experiencia de haber residido en diferentes lugares y el contar con una familia que ha sido permisiva respecto a decisiones que él ha tenido que tomar en diferentes momentos de su vida. Su gusto por la música y el arte resultó de experiencias vividas en familia durante la niñez. Como resultado de esta influencia él aparece como una persona sociable, expresiva, sensible y segura. Otras experiencias particulares han

abonado, de la misma manera en configurar facetas de su práctica profesional. Entre estas experiencias se pueden contar sus estudios superiores en comunicación, su práctica como disc jockey y su trabajo radiofónico durante varios años anteriores.

La formación cultural de *Eduardo Miranda* se construyó a partir de contextos estructurales propios de ciudades de provincia de características rurales. Este hecho medió para que las manifestaciones culturales de su comunidad estuvieran marcadas por codificaciones tradicionales, rígidas. La familia como institución dejó su huella en la formación de Eduardo, sobre todo a partir de las interacciones que mantuvo con figuras de autoridad dentro de este núcleo, como el abuelo, la madre y el padre. De la institución escolar proviene el aprendizaje de la competencia para socializarse con otras personas. La relación con su padre fue determinante para que Eduardo adquiriera el gusto por la música en general, y por un género musical en particular (el rock). De la misma experiencia infantil proviene el desarrollo de su creatividad y su aprecio por las expresiones audiovisuales. Ambos aspectos se hacen presente en la práctica que desarrolla actualmente en televisión, producir y promover la difusión del rock tapatío y sus bandas.

¿Qué encontramos en *Don Cornelio* al nivel de formaciones culturales? Encontramos temporalidad pasada de origen rural que se traduce en una forma de vestir campirana, con ropa de manta, huaraches y sombrero. Que en el lenguaje se expresa en verbalizaciones fluidas insistentes; en la utilización de expresiones populares, como dichos, refranes y sentencias; y usos de volumen alto y entonaciones parsimoniosas que hacen alarde de pueblerismo. Que en los gustos artísticos inclina sus preferencias hacia las manifestaciones de arte y artesanía de tipo popular, ligadas a un tiempo pasado. Que socialmente valora positivamente la función normativa de las instituciones tradicionales. Experiencias prácticas de viajes que favorecen el recuerdo de lugares, el uso del dato y la presencia de la anécdota en el relato. Que han posibilitado diferentes tipos de interacciones con otros tantos sujetos y culturas, y que le han dado oportunidad al arribo de múltiples aprendizajes, de donde resultan formaciones culturales imbricadas. Habilidad para la práctica artística en diferentes manifestaciones ancladas en condiciones estructurales que les favorecieron.. Una preparación académica profesional que le permite dotar de una resignificación diferente al conjunto de sus experiencias. Creencias que

combinan lo local y lo foráneo. Dispositivos socialmente contruidos que le llevan a resaltar la hombría y su necesaria reafirmación cotidiana en su relación con las mujeres. En Don Cornelio encontramos una época en proceso de fenecimiento, objetivada en su forma de ser, estar y actuar en el mundo. Personaje popular que con su práctica niega en apariencia la visión ilustrada dominante de la cultura. Constructor de otra forma de folclorización esencialización de lo popular. Manifestación cultural que no contradice el modelo dominante de cultura, en la medida que puede ser asimilada.

3.3 Caracterización técnica general de los programas analizados.

A) Por la estructura de programación. Estos programas se insertan en una estructura de programación, entendida esta como “(...) la actividad profesional encaminada a la determinación de los programas, espacios de emisión, y su distribución en el tiempo en función del estilo de la emisora, las expectativas de la audiencia y de la demanda de los publicitarios. Dicho de otro modo: es la previsión de los programas que se van a producir, contratar y emitir” (Barroso, 2002: 204). Esta definición de programación es válida aún para la televisión pública, como es el caso de C7. La única diferencia radica en que en un canal público no se incluye la variable de “los publicitarios”, la cual, en estas condiciones es sustituida por “promocionales” o “spots” provenientes de las instituciones públicas y de los gobiernos federal, local y municipales. La programación se concreta operacionalmente en un plan de emisión. Éste se basa en criterios que suelen considerar el público al que se dirige; los contenidos que se pretenden transmitir; el número de horas en que se va a producir y a transmitir; el presupuesto con el que se cuenta; los diferentes géneros que se pretenden trabajar; y los medios materiales y humanos con lo se cuenta para lograr este propósito. El plan de emisión parte del criterio de ganar y mantener audiencias para su oferta programática. Todo esto bajo el presupuesto de considerar la heterogeneidad de la demanda televisiva. C7, como canal público también opera bajo esta lógica. **B) Por sus horarios y periodicidad.** A través de la variable de frecuencia de emisión se establece la periodicidad con la que será transmitido un programa (diariamente, semanalmente, etc.). En la definición de la periodicidad influyen factores no sólo de necesidades de la audiencia, sino también de posibilidades de recursos económicos, técnicos y humanos. La

duración es el tiempo real que comprende la transmisión de un programa. En el cálculo de la duración deben considerarse los tiempos que se utilizan para cortes de identificación del canal, del programa, y los utilizados para promocionales y publicidad (Barroso, 2002: 222). Cada uno de estos programas se transmiten semanalmente²⁷⁶ y tienen duración de una hora: *Modular* los lunes a las 20:00 horas; *Cantares y Costumbres*, los martes a las 21:00 horas; *Estrategias al Cubo*, los miércoles a las 17:30 horas; y *Póptico*, los viernes a las 20:00 horas. **C) Por su ubicación en el flujo inmanente del Canal.** Bajo criterios del flujo televisivo inmanente que resulta de la estructuración y la sintaxis de los programas televisivos para la transmisión que realiza C7, encontramos que *Modular* y *Póptico* forman parte de la Barra Juvenil; *Cantares y Costumbres*, está considerada como parte de la Barra de Adultos; y *Estrategias al Cubo*, forma parte de la Barra de Servicios. Cada uno de estos programas se puede considerar un eslabón de la cadena de intertextualidades con la que se configura la programación del Canal 7. Así tenemos el caso de que *Cantares y Costumbres* se encuentra precedido por un programa del mismo corte cultural²⁷⁷, que es *México Desconocido* (20:30 hrs). Otro programa del mismo tipo sigue a *Cantares y Costumbres*, y es el de *Aventuras Arqueológicas*. En tanto que *Modular* va antecedido del noticiero *Jalisco Informativo*, y de él sigue una telenovela llamada *Un Deseo en las Estrellas*²⁷⁸. **D) Por su articulación al flujo general de la televisión abierta de transmisión local.** Con relación a la intertextualidad en que se incluyen los programas estudiados considerando el flujo programático que se construye a partir de los canales de televisión abierta con señal en la entidad, encontramos lo siguiente: Mientras se está transmitiendo por C7 el programa *Modular*, Canal 5 transmite *Bob Esponja*; Canal 2 proyecta *La Fea más Bella*; Galavisión presenta *Primer Impacto*; Azteca 13, proyecta una telenovela; Azteca 7, transmite la caricatura de *Los Simpson*; Central 4, *Más que Noticias*; y Estación 4, *GDL Denuncias*. En tanto que mientras C7 transmite *Cantares y Costumbres*, a la misma hora los otros canales proyectan lo siguiente: Canal 5, *El Chavo*; Canal 2, una telenovela; Galavisión, *Los Comediantes*; Azteca 13, una telenovela; Azteca 7, *Los Simpson*; Central 4, *Las Noticias*

²⁷⁶ Aunque en el caso de *Póptico*, hay una transmisión de tres programas a la semana, de una hora cada uno de ellos, con diferentes modalidades: *Póptico Puro*, *Póptico Chat* y *Póptico*.

²⁷⁷ Aunque la programación se va modificando periódicamente, en la medida que los programas son agrupados en Barras programáticas, generalmente los programas que se incluyen antes y después de *Cantares y Costumbres* son del mismo carácter de divulgación cultural.

²⁷⁸ Esta estructura secuencial responde a la coyuntura específica en la que fue realizado el análisis. Después sufrió variaciones.

por Adela; y Estación 4, *GDL Noticias*²⁷⁹. **E) Por el origen de su producción.** La producción se clasifica como propia, cuando se realiza con los recursos del mismo canal, y ejerce sobre ella los derechos legales. En relación con los programas estudiados, encontramos que en los cuatro casos se trata de programas de producción propia. **F) Por su soporte físico de producción.** Por su soporte de producción (sistema empleado al nivel de soporte físico para la grabación) los cuatro programas se basan en el trabajo de video. **G) Por su soporte de transmisión.** Por su soporte de producción-transmisión, los cuatro programas analizados se proyectan en directo²⁸⁰ esto significa que se desarrolla un procedimiento de emisión que, por el proceso de producción y transmisión que implica, ocurre cuando la transmisión y la captación por parte de los televidentes, se desarrolla simultáneamente, en “vivo” (Barroso, 2002: 40, 221). **H) Por el uso del tiempo real y diferido.** Dentro de la construcción de estos programas todos utilizan algunos segmentos de producción grabada en su desarrollo. Las producciones grabadas son aquellas que hacen uso de la postproducción para construir el discurso narrativo. Se basa en un tiempo diferido, ya que su momento de producción no corresponde al momento de captación. (Barroso, 2002: 41, 221). En estos programas la modalidad de producción grabada toma la forma de *cápsulas*, *cortinillas* de entrada y de salida, y la propia entrada e *identificación* del programa. **I) Por su soporte de producción electrónico.** Por su soporte de producción televisivo o electrónico estos programas se presentan como producto televisivo en estado puro. Los elementos visuales y sonoros se producen en el momento de su realización²⁸¹ (Barroso, 2002: 42). **J) Por su lugar de producción.** Por su lugar de producción estos programa pueden considerarse de estudio (Barroso, 2002: 44, 221), en tanto que lo fundamental de ellos se realiza dentro de las instalaciones del canal. Algunos programas, sobre todo *Modular* y *Estrategias al Cubo* realizan producción en exteriores (Barroso, 2002: 45, 221). Esto significa que alguno de sus segmentos, por ejemplo las encuestas hacia el público se realizan fuera del estudio televisivo, en espacios exteriores al canal. De esta manera, en los casos de estos dos programas podemos hablar de que existe una producción mixta, en tanto que se desarrolla un trabajo de realización que incluye producción tanto en espacios interiores como en exteriores al canal

²⁷⁹ Los programas se van modificando en cada uno de estos canales. Los nombres que se presentan corresponden a un tiempo determinado dentro de la realización del estudio. La intención no es presentar la precisión programática, sino la tendencia de sentido que se constituye con la intertextualidad que resulta de la proyección de una oferta programática simultánea.

²⁸⁰ Mientras se realizaba esta investigación, el programa *Modular*, pasó de ser un programa transmitido en vivo, a ser un programa grabado. Esto ocurrió a partir del mes de agosto de 2006.

²⁸¹ A excepción de aquellos elementos pre-producidos ya mencionados.

(Barroso, 2002: 45). **K) Por el medio y tipo de producción.** Por el medio y tipo de producción utilizados, la producción puede caracterizarse como de monocámara o de multicámara. Cuando se utiliza una sola cámara y se recurre a la edición de las imágenes obtenidas se habla de producción monocamaral. Todos los programas que realizan trabajos en exteriores pueden caracterizar técnicamente este trabajo como un producto de grabación realizado con monocámara. Se hablará de medio de producción de multicámara, que implica la utilización de por lo menos dos cámaras (Barroso, 2002: 46, 222). Generalmente, en los programas motivo de estudio, todas las grabaciones en el estudio se hacen utilizando tres cámaras, por lo que se puede hablar de producciones en interiores de tipo multicamaral. **L) Por la naturaleza de la imagen.** Por la naturaleza de la imagen, se puede considerar que la producción de los programas televisivos de interés trabaja con referentes reales y virtuales. Son reales cuando la realidad que se registra es verdadera, presente o pasada. Es virtual cuando es realidad construida generalmente de manera digital (Barroso, 2002: 47). Por lo regular, lo real y lo virtual se combinan en el trabajo de producción, sobre todo en cápsulas. Las cortinillas en la mayoría de casos se construyen con referentes virtuales. Lo mismo puede decirse de la entrada y las identificaciones de cada uno de los programas estudiados. **M) Por la secuencia de producción.** Por el tipo de producción que se desarrolla, los programas pueden clasificarse como producciones seriadas o producciones únicas. La producción será única, cuando el programa se construye como un producto singular. “Son aquellas producciones de única entrega o emisión y en las que se distinguen entre producción única con unidad de emisión única y producción única con varias unidades de emisión...en las que cada nueva emisión es diferente y distinta respecto del contenido, pero en las que las soluciones escenográficas y de realización se mantienen constantes, éste es el caso de la mayoría de los programas de estudio en directo...en los que se mantiene una constancia de la fórmula de programa (presentadores, estructura, escenografía, etc.), pero en los que los contenidos varían en cada entrega a tenor de la actualidad.” (Barroso, 2002: 220). El conjunto de los programas objeto de estudio, se incluyen en la categoría de producciones únicas. Sólo en contadas ocasiones, ocurre lo contrario, cuando la respuesta del público así lo exige. Es seriada cuando la intención es presentar la narrativa estructurada en capítulos secuenciados. “Comprende toda aquella producción constituida por de varios capítulos, con independencia de que respondan al sistema formal narrativo o no y de que sean producciones de ficción o documental. Según los casos, los diferentes capítulos o entregas

(programas) se producirán como productos únicos e individuales; la ventaja en este caso se obtiene de la constancia de ciertos recursos: protagonistas, escenarios principales, vestuario, equipo técnico y humano, etc...” (Barroso, 2002: 48, 220). **N) Por su estilo de producción.** Producción preparada o planificada y de improvisación, son estilos de producción que caracterizan la realización del trabajo. La producción planificada implica un proceso de preproducción significativo desde donde se diseña puntualmente el trabajo a realizar. La producción basada en la improvisación implica el uso de una estrategia de planificación que otorga espacio a la creatividad, la imaginación e improvisación en el trabajo de producción (Barroso, 2002: 49). En los programas estudiados, se encuentran presentes de manera combinada estas dos características. **O) Por su género.** En una primera aproximación, puede considerarse género a “...cada uno de los grandes grupos en que pueden clasificarse los programas en razón de su contenido temático o del público al que están dirigidos” (Barroso, 2002: 189). El género cumple una función inicial que es la de diferenciar de manera elemental las unidades de emisión que constituyen la programación. Otra de las funciones es permitir la construcción del horizonte audiovisual desde el cual será percibido el contenido de la narrativa por parte del televidente-receptor. El género incluye, de manera articulada, una dimensión semántica (de acuerdo a sus contenidos), una sintáctica (en correspondencia a la estructura narrativa) y una pragmática (usos y resignificación por parte del destinatario). Pero el género televisivo no resulta de un proceso definido exclusivamente desde la producción. En realidad, en la construcción práctica del género también interviene la tele-audiencia, que es la que le da el sentido definitivo. (Barroso, 2002: 189-191) La producción de género informativo, es aquel tipo de producción que busca como propósito informar sobre algún tema o problemática de interés social. El género informativo puede realizarse en interiores o en exteriores, además de que puede apoyarse con material de archivo o montaje. El programa *Modular* posee una dimensión informativa y musical, en la medida que presenta las propuestas de los grupos de rock local, y está dirigido a un público predominantemente joven que se interesa por las diferentes expresiones de rock alternativo. Se puede decir que de género musical son “... aquellos programas en los que la música (clásica, moderna o tradicional) es el elemento dominante de su contenido...” (Barroso, 2002: 217). El programa *Póptico* se ubica en este género, en tanto que su interés principal es proyectar los *videoclips* de la música *pop* más atractivos del momento, pensando también en un público de corta edad. El programa *Cantares y Costumbres* queda

incluido de manera predominante en el género televisivo tradicional-folclórico, dirigido a un público adulto que gusta de las tradiciones mexicanas. En tanto que el programa *Estrategias al Cubo* puede considerarse un programa de género informativo sobre aspectos de la salud mental del individuo, pensado para un público amplio interesado en las distintas problemáticas vinculadas a la psicología personal y social. **P) Por su formato.** El formato se refiere al tipo clasificatorio dado a la manera en que se presentan los contenidos de un programa televisivo particular. Mientras que el género queda referido al contenido o destinatarios del producto, el formato hace referencia a los elementos y la estructura que adoptan para expresar los contenidos. En este sentido, se considera al formato "...la materialización concreta del género en la programación, y como consecuencia de la naturaleza mecánica de la creación audiovisual, algunos criterios constructivos o compositivos del género (disposición de la información o estructura narrativa, segmentación o cesuras de la narración, etc.) han pasado a formar parte de los caracterizadores formales o de formato de los programas de televisión (Barroso, 2002: 194-195). Todos los programas analizados cuentan con un formato. Por el momento solamente hacemos esta acotación. Más adelante la problemática del formato será atendida cuando nos dediquemos a analizar los aspectos que configuran la estructura del conjunto del producto televisivo. **Q) Por sus escenarios y decorados.** Los escenarios son formas de representación de espacios (interiores o exteriores, totalmente contruidos, naturales o localizados en la realidad y transformados) que tienen la función de asemejar una realidad, contribuir a crear un ambiente, favorecer la presencia de simbolismos que circunden la presentación de los sujetos adjetivar el espacio a través del color y crear contextos para la interpretación de la discursividad de los sujetos que se proyectan. Son los espacios creados donde se desarrolla la acción. Los escenarios en estudio pueden ser de los tipos real-contruido (con decorado sencillo o complejo) y virtual-electrónico (Barroso, 2002: 61-62). Los programas motivo de estudio son trabajados con escenarios real-contruidos con decorado sencillo. **R) Mobiliario, objeto y atrezzo.** Los objetos que son utilizados en el escenario pueden ser de tres tipos: los objetos de ambientación, donde quedan incluidos aquellos elementos (mesas, sillas, floreros, etc.), que sirven para decorar el espacio; los objetos de aderezo, que se relacionan con la ambientación del vestuario de cada sujeto en escena (camisa, corbata, etc.); y los objetos de atrezzo especial, que son aquellos elementos materiales utilizados de manera directa e implicada por los sujetos que participan a cuadro (Barroso, 2002: 64). En el programa de *Póptico*, los elementos de ambientación estén

constituidos por un sillón de color morado, para dos personas; una lata simulada de color violeta, en un pendiente colgando en la parte de atrás, a la derecha de los conductores; y aros colgantes de colores en la misma parte posterior del escenario. Además de biombos de mica color azul y blanco colocados al fondo. Los objetos de aderezo en el mismo programa de *Póptico*, por ejemplo, son pantalón jeans de parte del conductor, camisa o playera de manga corta, zapatos o tenis y un reloj en la muñeca. De la co-conductora se destaca el uso de vestido, falda o pantalón, blusa, playera o suéter, y calzado que son desde tenis, sandalias, hasta zapatillas. Además de gargantillas y pulseras. Los objetos de atrezzo especial son, sobre todo, el uso de pelotas de diferentes colores. Considerar como referente que el vestuario y maquillaje tienen la función de construir la caracterización externa de los personajes, por medio de la construcción y proyección de ciertos rasgos psicológicos, buscando que se destaquen a cuadro del resto de elementos que ahí se proyecten (Barroso, 2002: 64). **S) Por su iluminación.** La iluminación es un elemento fundamental en la construcción de la ambientación en la medida que proyecta una idea de temporalidad, y genera un simbolismo dramático que modifica la percepción original de los objetos y las personas que se proyectan. La iluminación puede ser natural, artificial o mixta. Es natural cuando se utiliza la luz del día; es artificial, cuando se hace uso de lámparas de diferente tipo; y es mixta, cuando se combinan ambas técnicas. En los programas analizados, el tipo de luz que se utiliza es de tipo artificial. El tipo de iluminación que se utiliza en dichos programas es neutral, dado que su propósito simplemente es el captar adecuadamente la escena con la cámara. Sólo cuando se presentan representaciones musicales de grupos en vivo o escenificaciones de baile, se utiliza un tipo de iluminación dramática, que procura reforzar los estados anímicos de los personajes o la tensión expresiva de la acción; En algunos casos aislados, en la iluminación se utiliza la intención estética, cuya finalidad es la de destacar la belleza de la escena, sin preocuparse de la verosimilitud de su proyección. En el conjunto de los casos, la iluminación tiene una función activa, en la medida que contribuye activamente a determinar la composición del encuadre y destacando elementos de la construcción narrativa (Barroso, 2002: 64-65)²⁸².

²⁸² Algunos otros conceptos asociados a la dimensión estructural y técnica de la producción televisiva son los siguientes: *Técnicas o artes de la realización*. Se consideran al “(...) conjunto de las intervenciones y operaciones instrumentales junto a los preceptos y reglas necesarias para la disposición de la totalidad de los elementos –de imagen, escenográficos, interpretativos, etc.- que conforman el discurso audiovisual” (Barroso, 2002: 59) En ellas quedan incorporadas las técnicas de la puesta de escena, las técnicas operativas de captación, grabación y realización, y las técnicas de postproducción y edición. *Técnicas o artes de la puesta en escena audiovisual*. Se relacionan con los procedimientos utilizados para montar un espectáculo sobre el escenario. Esto explica la necesidad de hacer uso de formas y maneras de organización que permitan una

3.4 Resultados de la lectura del lenguaje de imágenes de los programas.

El programa *Modular*.

El foro se presenta con fondo oscuro y una luz blanca arriba a la izquierda. El piso es café de donde se desprende humo artificial. El conductor viste con suéter negro, cuello redondo, pantalón de mezclilla azul y tenis azules con líneas blancas. Su pelo es negro y lacio, sólo un poco crecido y cargado hacia la izquierda. Los sillones son improvisados con cojines de hule espuma color gris aceituna. Hay una pantalla de gel al fondo. Más atrás aparecen biombos. Los integrantes de los grupos de música que se presentan generalmente usan blusas o playeras, pantalones de mezclilla, chamarras (de mezclilla o de cuero) y botas o tenis de diferentes colores. Utilizan artefactos como gargantillas de picos, lentes negros, cinturones brillosos y tahlíes de colores vivos. Por lo regular su pelo es largo y desaliñado. En ocasiones lo modifican pintándolo de colores de diferente tipo (rojizo, azulado, etc.). Los músicos que aparecen en los videos que se proyectan a lo largo del programa mantienen una tendencia a presentarse con pelo largo, chamarras, playeras y pantalones jeans, sobre todo de color azul o negro.

La formación cultural marcada por el gusto hacia el rock alternativo se objetiva en la construcción de una escenografía informal y de tendencia gótica (“oscura”) y en el tipo de bandas de rock que se presentan, y la representación poco convencional que proyectan. La

escenificación ante la cámara de los elementos que aparecen a cuadro. La puesta en escena presupone el implementar proceso de dirección y construcción escénica (escenografía e interpretación) y audiovisual (planificación y montaje) (Barroso, 2002: 59). *Técnicas escenográficas*. “Son el conjunto de operaciones en relación a la disposición de escenarios para la representación, construidos en estudio o localizados en exteriores, la selección y disposición de espacios para la ambientación –adjetivación– de los espacios, la de creación o composición del aspecto o apariencia externa de los sujetos que intervienen en la composición de la imagen, tanto en lo relativo al vestuario y los aderezos como en las intervenciones, técnicas o creativas, de maquillaje o caracterización y también las técnicas lumínicas que contribuyen al registro técnico de la imagen y la creación del ambiente o ‘clima’ expresivo adecuado” (Barroso, 2002: 60). *Técnicas interpretativas y de la dirección de actores*. Éstas “...comprenderán el conjunto de las actuaciones y decisiones del director en el sentido de controlar el comportamiento de las figuras del plano: actores, presentadores, personalidades, invitados, animales y objetos, mediante los recursos propios de la interpretación actoral: recursos visuales –apariencia, gesto, expresión– y sonoros –palabra, vocalizaciones-.” (Barroso, 2002: 66). *Técnicas de la dirección audiovisual y de la planificación*. Incluyen la selección de operaciones técnicas y expresivas que influyen en la tarea de captación y registro de imágenes. En ellas se encuentran contenidas las técnicas de formato; de expresión fotográfica de la imagen como el tono, la perspectiva y la óptica de la toma, la óptica y foco, la profundidad de campo, los efectos de imagen y la cadencia o reproducción del movimiento; técnicas de elección del punto de vista o emplazamiento de la cámara; del eje de tiro o angulación de la cámara; del nivel de horizontalidad (Barroso, 2002: 67-74)

imagen y el tipo de conducción que proyecta el productor-conductor (Eduardo) también tiende a objetivar su formación cultural marcada por sus estudios profesionales y los valores de comportamiento transmitidos por su familia.

El programa *Póptico*.

En este caso el foro se presenta con una lata simulada de color violeta, que porta el logotipo del programa, y que aparece colocada arriba a la izquierda de la pantalla. También aparecen aros y resortes colgantes en el fondo, y un globo rosa también pendiendo sobre el centro. De la misma manera, la escenografía se completa con la presencia de biombos blancos y azul marino, y pelotas de colores vivos que se colocan en el piso. En ocasiones se utiliza formas de iluminación con luces naranja y rosa, proyectadas hacia el centro. Aparece un sillón morado, con espacio para dos personas. Son dos los conductores (un hombre y una mujer). El conductor hombre, utiliza camisa blanca a cuadros, playera púrpura-rojiza, blanca o roja de cuello en “v”, de manga corta. Utiliza pantalones jeans azul oscuro. Su pelo es negro, alisado en diferentes direcciones. Como accesorios usa reloj y pulsera. Se pone zapatos cafés, sin calcetines. Por su parte, las conductoras utilizan en los programas analizados blusas color rosa mexicano, púrpura y azul claro con escote amplio, con tirantes de manga corta, o bien, suéter blanco de cuello alto, falda verde larga de holanes o falda negra (ambas a la rodilla). También utilizan pantalón blanco (pescador) y azul claro, ajustados. Como accesorios utilizan mantilla floreada gris, gargantilla de cuentas, aretes colgantes. El Pelo es lacio, con partido colocado a la izquierda o a la derecha y coleta sobre el hombro derecho, su color es natural o rojizo pintado. Su calzado es de diferente tipo: zapatos de color púrpura, zapatillas blancas, sandalias azul claro o tenis gris oscuro. El conductor se mantiene sentado sobre su pierna izquierda, posición en flor de loto, arriba del sillón. La conductora se sienta con la pierna derecha doblada.

El conductor principal del programa *Póptico* objetiva su formación cultural de múltiples maneras: a través de su propia participación en este género de programas; en su manera de vestir para presentarse a cuadro; en la manera acelerada e intensa que utiliza para verbalizar en el programa; en su conocimiento de los distintos artistas y los nombres de las canciones que interpretan.

El programa *Estrategias al Cubo*.

Se desarrolla en un fondo con fondo color café liso, donde aparecen dos cuadros simétricamente colocados en el lado derecho e izquierdo, con un espacio al centro del escenario. En cada cuadro se proyectan figuras cuadradas y rectangulares con diferentes tonos de azul, desde los más claros hasta los más oscuros. Al fondo a la derecha del escenario se presenta un ventanal virtual rectangular con seis cristales de azul claro, que dan una idea de iluminación. Estos elementos se acompañan con una mesa de centro de madera rojiza, con dos vasos de tipo jaibolero de color café oscuro, uno un poco más grande que el otro. El conductor principal viste siempre con camisa de manga larga de colores blanco, azul o negro. También utiliza corbatas de diferentes colores y decorados (rojas con rombos o puntos). Su pantalón es de color negro, lo mismo que sus zapatos. Se destaca la presencia de bolígrafos en la bolsa de la camisa. El otro conductor también suele vestirse con camisas lisas de color blanco o azul, acompañadas de corbatas generalmente oscuras con rayas claras. Su pantalón es de mezclilla azul tenue. Los invitados hombres por lo general visten de la misma manera, además de que en ocasiones se presentan con saco o traje completo, mientras que las mujeres lo hacen bien con vestuario de tipo formal (vestido, blazer, pantalón, blusa).

La formación cultural del conductor del programa *Estrategias al Cubo* se objetiva al nivel de su imagen sobre todo en dos rasgos: en su manera formal de vestir y en el uso también formal y académico que hace del lenguaje. La propia escenografía corresponde a esa imagen de formalidad que pretende proyectar.

El programa *Cantares y Costumbres*.

La iluminación hacia fondo del escenario es de tono rosa y naranja. Se proyecta sobre una pared blanca lisa. Como parte de la decoración se presentan dos rebozos extendidos sobre la pared simulando una forma de moño, e inclinados hacia el centro. Estos rebozos son de color azul y café, con rayas. Al fondo a la derecha aparece un biombo con marco de madera y tejido de mimbre. Frente a los conductores se ubica una mesa chica (para cuatro personas); su

superficie también es de mimbre. En sus laterales superiores hay una decoración en forma de tiras de grecas de tono oscuro. Rodeando la mesa se ubican tres sillas también de madera y mimbre tejido. Sobre la mesa y en la parte inferior de ésta se colocan muestras de objetos artesanales (metates, cazuelas, jarros, etc.) El conductor principal viste de camisas de manga larga (con cuello o sin él). En ocasiones utiliza chamarra de mezclilla azul claro. Sus pantalones son de colores oscuros (café, azul, negro). Utiliza cinturón negro y guaraches. Sólo por momentos y en algunas ocasiones hace uso de lentes para hacer lectura de llamadas o correos electrónicos. El co-conductor viste con suéter negro, abierto, con botones, camisa blanca, guayabera azul claro o camisola abotonada de color gris. Sus pantalones son negros o grises. También usa zapatos negros y botas grises. Utiliza lentes y reloj, como accesorios.

La objetivación de la formación cultural tanto del productor (Mario) como del conductor (Cornelio) se manifiesta en múltiples formas: en su manera tradicional y folclórica de vestirse; en la escenografía costumbrista de la que se dota al programa; en el uso de un lenguaje popular para dirigirse al público; y en el tipo de invitados que se presentan en el programa.

Las representaciones a partir de las imágenes: escenarios y conductores.

Las descripciones anteriores constituyen la materia prima que nos posibilita reconocer las manifestaciones del lenguaje visual de los programas proyectado en la pantalla. En seguida se presenta una primera lectura analítica de este nivel narrativo. Ronald Barthes sugiere que para realizar el análisis de una imagen se consideren por lo menos tres elementos básicos: el objeto, el soporte y la variante (Prieto, 1999: 35).

- a) *El objeto*. Es aquella realidad sobre la que se está construyendo la enunciación.
- b) *Soporte*. Es el contexto que da singularidad y sentido al objeto.
- c) *Variante*. Son las posibilidades a partir de las que se da la probabilidad de la existencia del soporte y el objeto. Aquí queda considerado el color, la disposición, la perspectiva, la escala, etc.

Considerando exclusivamente la imagen que se presenta teniendo como referente las tomas hechas en el estudio se pueden reconocer estos tres niveles asociados a los diferentes programas.

En el programa de *Modular* los grupos de rock que se presentan a tocar en vivo se constituyen en *el objeto* central de la imagen que se proyecta. El soporte está constituido por los diferentes instrumentos musicales utilizados en la interpretación y el propio conductor, en tanto que la variante está constituida por los efectos de iluminación y de ambientación, como el uso de humo artificial, en el escenario.

En el programa de *Cantares y Costumbres* es la imagen del conductor el eje sobre el que se construye la enunciación, esto quiere decir que cumple a función de objeto. El soporte está conformado por los elementos de decoración en el escenario, tales como los rebozos, la mesa el biombo de mimbre. Mientras que la variante esta representada por la disposición que asumen los diferentes elementos que estructuran el soporte.

En el programa *Estrategias al Cubo* los propios conductores cumplen la función de objetos, dado que son elementos centrales a partir de los cuales se busca construir la enunciación y el sentido fundamental del programa en tanto narrativa. Los cuadros colocados en el fondo del escenario funcionan como soporte, mientras que la predominancia del color azul en sus diversas tonalidades actúa como variante.

En el programa de *Póptico* el objeto está representado su logotipo, que aparece al fondo y a la izquierda del escenario. Los conductores y los elementos de decoración se constituyen en el soporte de la narrativa de imágenes del programa, en tanto que el uso de colores es elemento constitutivo fundamental de la variante.

Funciones de las imágenes.

Las imágenes pueden cumplir diferentes funciones. *Función motivadora*. Por medio del manejo de una imagen se busca destacar sus características emotivas. *Función vicarial*. Ocurre cuando a través de la imagen se busca sustituir una realidad, presentando una variedad de

elementos en una imagen categórica que sintetiza sus características comunes. *Catalización de experiencias*. Consiste en intentar comunicar un mensaje mediante la presentación organizada y secuencial de imágenes. *Función informativa*. Ocurre cuando la imagen se encarga de presentar una información sobre algo o alguien, que aunque pueda ser acompañada de texto, éste nunca puede sustituir el contenido informativo que la imagen presenta. *Función explicativa*. es cuando una imagen se hace acompañar de flechas, líneas u otros gráficos que sirven para indicar direccionalidad o secuencia. *Función redundante*. La imagen cumple la función de reforzar lo que ya explícitamente se encuentra dicho en un texto. *Función estética*. Se refiere a la utilización de imágenes con fines exclusivos de resaltar su dimensión artística, bella.

En el programa *Modular*, la función motivadora se presenta cuando se proyectan tomas de los grupos de música que ejecutan sus interpretaciones. En el programa de *Cantares y Costumbres* esta función se cumple mediante la disposición de elementos que conforman la decoración del escenario, además de con las tomas que se efectúan mediante el movimiento de cámaras durante la presentación de los artistas invitados. La función motivadora es utilizada en el programa de *Póptico*, donde mediante el uso de colores y recursos materiales se pretende construir un sentido que convoque al público a una tipo de recepción que favorezca su relajamiento. En el programa de *Estrategias al Cubo* prácticamente no se utiliza esta función.

La función vicarial se presenta sobre todo en los programas de *Póptico* y de *Cantares y Costumbres*, donde se utiliza un logotipo que por sus formas y colores hace abstracción de los elementos fundamentales de identificación del programa. En tanto que en *Cantares y Costumbres* este propósito se logra mediante los la proyección de la imagen de cada uno de los objetos artesanales que acompañan la vestidura del programa.

La catalización de experiencias se encuentra presente en el conjunto de programas, dado que en todos ellos se cuida la secuencialidad de imágenes para generar una significación.

La función informativa se utiliza de manera constante tanto a través de las cápsulas de todos los programas, a excepción del de *Cantares y Costumbres*, donde no se utilizan en absoluto.

La función redundante se utiliza sólo en segmentos del programa de *Estrategias al Cubo*, cuando se proyectan sondeos, sólo que se hace con una modalidad inversa: los textos (*supers* con preguntas o con la temática) van reforzando el sentido de la imagen y la verbalización que se proyecta en pantalla.

Ni la función explicativa ni la estética se utilizan en ninguno de los programas.

Tipos de imágenes según su construcción.

De acuerdo al tipo de construcción que se haga de las imágenes, es posible desarrollar una clasificación como la siguiente: *Imágenes de situación*. Cuando presenta una realidad tal cual es, sin distorsión ni influencia emotiva de quien la crea. *Imágenes fantásticas*. Cuando distorsionan una realidad para estimular la imaginación y el factor subjetivo del receptor. *Imágenes factuales*. Cuando éstas comunican algo directamente. *Imágenes ambientales*. Cuando la imagen sugiere un lugar o una ubicación. *Imágenes interpretativas*. Cuando no presenta las realidades directamente, sino que hace uso de recursos que evocan una realidad ausente. *Imágenes simbólicas*. Cuando las imágenes que se utilizan cumplen la tarea de favorecer asociaciones. *Imágenes identificativas*. Cuando utiliza recursos evocativos (personas, situaciones u objetos) para reforzar el sentido de la realidad que se presenta. *Imágenes recapitulativas*. Cuando las imágenes ayudan a recordar escenas, situaciones, personas, lugares, etc. ya conocidos. *Imágenes concetivas*. Cuando cumplen el propósito de ser un puente que conecta una imagen con otra. *Imágenes de montaje*. Cuando se realiza un intercorte y una inserción de imágenes particulares en una imagen global.

Las imágenes de situación operan sobre todo en las tomas de cámara que tienen como propósito mostrar una realidad, informar sobre ella. Estas imágenes se utilizan sobre todo en la construcción de secuencias que sirven para dar fondo de apoyo al diálogo que se venga desarrollando en el foro. Las imágenes ambientales se hacen presentes en programas como *Modular*, para generar en el público una idea de encontrarse realmente en una audición en vivo de los grupos de rock que se presentan en el foro del Canal. También esto ocurre con el programa de *Cantares y Costumbres*, que a través de la decoración y ambientación del escenario, además de la presentación directa de cantantes, músicos y grupos, busca crear una idea de encontrarse en un espacio folclórico, tradicional. Las Imágenes simbólicas se encuentran prácticamente presentes en todos los programas analizados. En *Modular* esta función es posible por la manera en que se construye la escenografía y el vestuario de conductores y músicos. De esta manera e desarrolla la asociación entre estos elementos y los géneros de rock

alternativos, más vinculados a la informalidad. En *Cantares y Costumbres* esto también opera a través del vestuario de los participantes y la decoración del escenario. Mientras que en *Estrategias al Cubo* esto se hace presente a través de las imágenes con las que se construyen las cápsulas informativas que se insertan a lo largo del programa. En *Póptico* se hace uso de recursos similares, con la diferencia de que en este programa no hay grupos en vivo. Esta función la cumplen los sujetos proyectados en los videos musicales. Las imágenes identificativas se construyen sobre los propios conductores de los programas y los objetos de los que se hace uso para generar un sentido específico asociado al programa. Los videos musicales (*Modular y Póptico*) utilizan tipos de imágenes recapitulativas, en la medida que sirven para recordarlos mediante su figura, actuación o interpretaciones musicales. Las imágenes de montaje se utilizan en *Póptico*.

3.5 Descripción de las secuencias narrativas de la *entrada* de los programas.

Programa *Póptico*.

En la entrada del programa aparece una chica bailando de espalda en un plano medio, al centro de la pantalla. La música se escucha como fondo. Su peinado es en forma de coletas. Su blusa es roja de mangas cortas de color negro. El fondo es una combinación de colores azul, rosa y morado. Dentro del mismo fondo aparecen estrellas blancas. Ella se muestra enmarcada dentro de un círculo, con borde blanco. En un segundo momento, de arriba hacia abajo va apareciendo una lata color rosa con estrellas blancas. En la parte de arriba tiene inscrita la palabra *Póptico*. En tanto la chica continúa en primer plano bailando, pero ahora de frente a la pantalla. Simultáneamente, la misma chica aparece al fondo y al centro de la pantalla. A través de un *zoom* esta imagen se acerca desde el centro de la pantalla hasta colocarse en primer plano de la toma. Desaparece el círculo y la chica queda con fondo rosa acompañado de líneas horizontales. Ella sonríe. Se diluye la imagen. Aparece un fondo azul. Del centro de éste se desprenden estrellas hacia arriba a la izquierda, dejando a su paso un haz de luz roja. Aparece otra chica, de perfil, en plano medio, bailando. Viste una blusa color beige sin mangas, con una mano sosteniendo una gorra que porta en la cabeza. En el fondo vuelve a aparecer la lata color rosa con el nombre de *Póptico*, manteniéndose el fondo de color azul. La chica se quita la gorra

y la lanza hacia arriba. Aparecen burbujas desprendiéndose de la lata. En el fondo se coloca una franja roja horizontal al centro. La chica sale de cuadro. Y del centro de la pantalla, desprendiéndose hacia abajo van apareciendo dos latas encimadas. En un fondo azul se ve la silueta, de alto contraste de una chica. Una lata queda en el centro con la palabra *póptico* mostrándose visiblemente. La música de fondo es rítmica, insistente, del tipo popailable. Esta entrada tiene una duración de cinco segundos.

Programa *Modular*.

Inicia con una consola de *DJ* de color sepia y blanco. En la parte inferior aparecen dos consolas de menor tamaño. En el centro de la pantalla se muestra el nombre del programa: “*Modular*”. Se presentan más imágenes de consolas en la parte de en medio de la pantalla. De forma estilizada, se presenta el logotipo del programa constituida por la letra “*M*” mayúscula, con líneas de ribete blanco y sombra de color verde. Este logotipo va disminuyendo de tamaño después, colocándose al fondo, dando espacio para que en primer plano, y al centro, aparezca el nombre del programa. Esta entrada tiene un fondo de música de rock de tipo electrónico. Esta entrada dura aproximadamente 40 segundos.

Programa *Cantares y Costumbres*.

Esta entrada se hizo utilizando la técnica de animación a partir de fotografías. En primer plano aparece una planta de agave, abajo a la derecha. Mientras que abajo a la izquierda aparece la imagen del conductor (Cornelio García) en un plano americano, vestido de manta, con sombrero tradicional y con una guitarra en la mano. De fondo aparecen las casas y la calle de un pueblo enmarcadas por una puesta o salida de sol. Desaparece Cornelio para volver a aparecer en forma de plano medio, tocando una guitarra. Luego aparecen unos arcos en una construcción rural, y Cornelio aparece asomándose. Se muestran unos montes a contraluz. Aparecen varias guacamayas volando del centro hacia arriba. Enseguida aparece Cornelio a la mitad de una calle de pueblo, y frente a él cruza una carreta tirada por un caballo. Después aparecen figuras artesanales al centro de la pantalla: un jarrón y tres mujeres en-rebozadas. En la parte inferior izquierda de la pantalla se muestra al conductor llevándose las manos a la cara, después se

descubre la cara y muestra la lengua. El fondo sigue siendo la calle con los objetos artesanales. Con la cámara se simula un recorrido por las calles del pueblo, mostrándose las fachadas de las casas. Cornelio vuelve a aparecer en la azotea de una casa pintada de blanco, con manchas de humedad, y a él mismo e le muestra caminando frente a la casa mencionada. Junto a él vuelan algunas guacamayas. De nueva cuenta aparece el conductor, ahora tras un medio muro de ladrillo, cerca de él se muestra a un caballo con montura. En otra toma se presenta la fachada de una iglesia cristiana y a una guacamaya volando. Con un *zoom* se coloca al conductor dentro de la iglesia, sentado. Arriba de su cabeza se muestra el dibujo de una salamandra. A su derecha aparece la figura artesanal de una mujer conduciendo a una niña y la figura de un jarrón. Los colores que siguen prevaleciendo son el amarillo, café, naranja y sepia. Posteriormente el conductor representado, sentado en un equipal tocando su guitarra en medio de una calle. Al fondo se ven las fachadas de las casas. Vuelve a aparecer Cornelio asomándose al fondo de la calle. En la siguiente toma el conductor se presenta bailando en la calle, frente a una casa. Después se muestra una muñeca de artesanía vestida con traje regional en colores verde, blanco y rojo. Mientras que al fondo aparecen una iglesia, unos arcos y al conductor arriba, saludando. En tanto que una guacamaya aparece volando. Vuelve a aparecer el conductor asomándose detrás de un árbol. Va apareciendo el nombre del programa: *Cantares y Costumbres*. En la parte superior derecha del nombre se muestra el dibujo de una guacamaya. Como fondo aparece la misma puesta o salida del sol, pero ahora se acompaña de una imagen en alto contraste de una ciudad. La imagen de Cornelio vuelve a aparecer abajo a la izquierda de la pantalla. La duración de esta entrada es de 25 segundos. En toda la identificación se escucha de fondo la canción de “*La Guacamaya*”.

Programa *Estrategias al Cubo*.

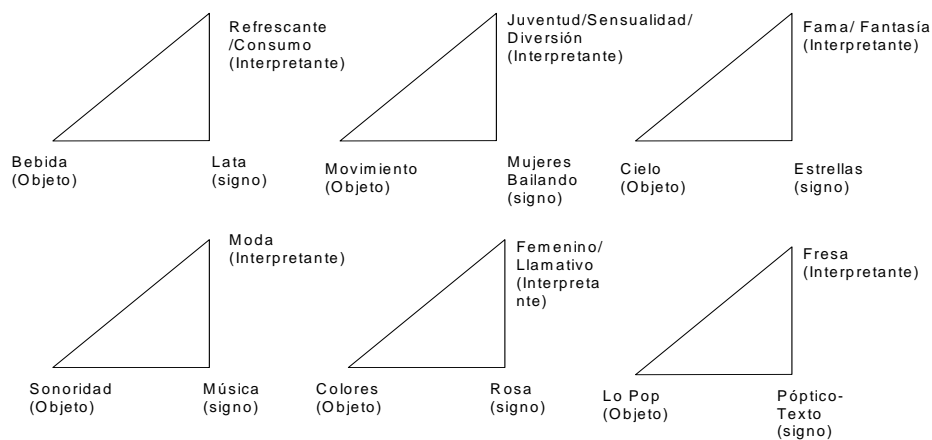
Con un fondo azul, aparece, en alto contraste, la silueta de color negro de una mujer levantando y abriendo los brazos en forma de “V”. Posteriormente hace movimientos que simulan el golpeteo en contra de un cristal transparente imaginario. Esta figura se desvanece al fondo. Una pareja de mujeres, también en forma de silueta, se muestran en plano medio, colocadas de frente, cara a cara. Luego aparece otra pareja de mujeres ubicadas espalda contra espalda. Después caminan en sentidos opuestos, y voltean a mirarse una a otra. Al mismo

tiempo, una pareja más aparece en el fondo, expandiéndose, con cuatro cuadros desvanecidos en el fondo. Luego se muestra una flecha blanca horizontal, delgada señalando a la derecha a un par de mujeres, también colocadas espalda con espalda. Estas mismas siluetas voltean después el cuerpo para mirarse. Se desvanecen el fondo. Posteriormente aparece una mujer bailando con los brazos extendidos, teniendo como fondo cuatro cuadros azules. La silueta de esta mujer da la vuelta completa hasta ubicarse de frente. Después desaparece a la izquierda de la pantalla. Luego aparecen dos siluetas de mujeres colocadas frente a frente. La que se encuentra a la derecha toca con su mano la frente de la otra mujer. Mientras tanto, una figura hexagonal transita por el fondo. La pareja se desvanece al fondo a la izquierda. Luego aparece una mujer de espaldas a la pantalla, que después da un giro y mira hacia el frente. Mientras tanto, siguen apareciendo figuras hexagonales difuminadas al fondo. Luego aparece la mujer simulando salir de una figura cuadrangular. Enseguida aparece una mujer con un acercamiento al centro. Ella muestra la palma de su mano derecha, la cual queda enmarcada en un círculo blanco. Aparece en el fondo un cubo relleno de rayas horizontales delgadas de color azul, al mismo tiempo que en torno al círculo que rodea la mano giran pequeños cubos. Vuelve a aparecer la pareja de mujeres donde una de ellas tocaba la frente de la otra. Ahora ésta le toma por los hombros, mientras la otra mujer le toma del ante brazo. En el fondo se muestran líneas horizontales. Esta pareja se pierde en el fondo, abajo a la izquierda de la pantalla. Va apareciendo una mujer que se frota el cuerpo cruzando los brazos a la altura de los hombros. La pareja del fondo voltea hacia ella, mientras que un cubo aparece delineado al centro de la pantalla. La mujer que está colocada en primer plano voltea hacia el centro de la pantalla, donde va conformándose un cubo, del cual se desprenden otros cubos más. Poco a poco se va configurando un cubo azul, que muestra el número 3 en una de sus caras frontales. Desaparece la pareja al centro a la izquierda. De ese mismo lugar va surgiendo el nombre del programa: “*Estrategias al Cubo*”. Esta entrada de programa tiene una duración de 30 segundos y es acompañada de música electrónica suave.

3.6 Resultados de la lectura analítico-semiótica de las entradas de los programas.

Programa *Póptico*.

Enseguida se presentan algunas relaciones triádicas que tienen como base los signos o *representamen* reconocidos en el nivel sintagmático por los sujetos-televidentes-audiencia. También se presentan los interpretantes asociados a estos signos por las mismas personas entrevistadas.



Realizando una lectura horizontal-lineal de estas triadas encontramos que la lata como signo presente, tiene como objeto a una bebida. Esta lata se asocia con un interpretante de “frescura” y “consumo”. Las mujeres bailando, se relacionan con un objeto que es el movimiento, en tanto que su interpretante se vincula con “juventud, sensualidad y diversión”. Las estrellas se asocian al cielo como objeto, en tanto que su interpretante se presenta como “fama y fantasía”. La música en tanto signo, tiene su objeto en la sonoridad y su interpretante es asociado por los televidentes con “moda”. De los colores que se presentan en la entrada, los entrevistados destacaron el rosa como signo, y lo asocian con un interpretante lo “femenino” y “llamativo”. Mientras que lo pop tomado como objeto fue reconocido como signo a través del nombre del programa *Póptico*, en tanto que su *interpretante* se vincula con lo que los entrevistados dieron en llamar “fresa”.

Si consideramos sólo los *objetos* podemos decir que el programa cuenta como referentes con “la bebida”, “el movimiento”, “el cielo”, “la sonoridad”, “los colores” y “lo pop”. Si exclusivamente se toman en cuenta los *representamen* o signos, entonces se destaca que la entrada del programa es identificada por los elementos estructurales de “lata”, “mujeres”, “estrellas”, “música”, “color rosa” y “*Póptico*”.

Finalmente, si se toman en cuenta solamente los interpretantes, encontraremos que la significación construida por los televidentes como audiencia sobre la entrada del programa es que éste es “refrescante y “consumista”, para la “juventud, con sensualidad y diversión”, a favor de “la fama y la fantasía”, de “moda”, “femeninamente llamativo” y “fresa”.

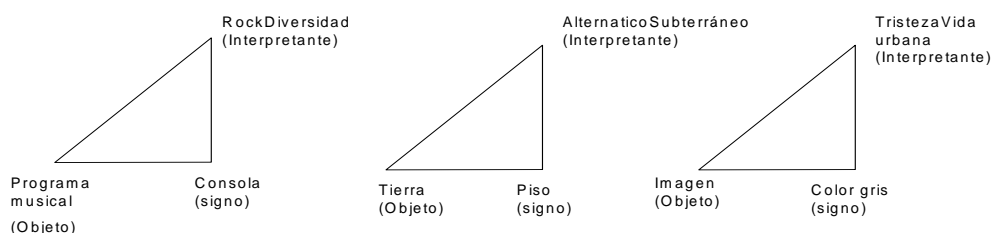
Reconstruyendo la significación del programa *Póptico* desde el sentido asignado por los integrantes de la audiencia entrevistados, podemos decir que estos lo consideran *un programa fresco y ligero en su tratamiento; juvenil por el público al que se dirige; con intención de favorecer la moda, la fantasía y el consumismo; utiliza la música y la figura femenina como recursos de atracción para generar un sentido de sensualidad y diversión. Todo esto lo hace ser un programa “fresa”.*

El sujeto representado es el joven en general, y la mujer joven en particular. Desde la representación social construida desde esta entrada de programa podemos señalar que los jóvenes son proyectados a través de imágenes que condensan el significado que de ellos se pretende construir. *Son jóvenes que consumen, que bailan, se divierten, gustan de la música de moda, visten también a la moda, admiran a las estrellas y en ocasiones hasta aspiran a ser como ellas. Son jóvenes que se permiten manifestaciones de emotividad. Jóvenes que se relacionan con símbolos de esta modernidad como el vestido, los accesorios, el maquillaje y el consumo de bebidas.* El conjunto de estos elementos pretenden proyectar una realidad que se caracterizaría por incluir la novedad. *El sujeto que se representa es una muestra de la novedad en el vestir, en el bailar, en el desear y en el consumir. Es un joven integrado y conformista.* Este tipo de rasgos pretenden constituirse en ese consenso normativo que debe regir el hacer, el interactuar y el significar el desenvolvimiento cotidiano de este tipo de sujetos. Donde el sentido de vida de los jóvenes ha de ser el relajamiento y la diversión. La definición del joven *pop* como sujeto implica un proceso de clasificación de los *otros*, que les coloca en otros escenarios y otras prácticas y subjetividades. De esta manera la representación social que se construye a través de

la entrada de este programa se configura como referencia para el auto-reconocimiento del joven televidente y el reconocimiento de los *otros*.

Programa *Modular*.

Los entrevistados identificaron, sobre todo, tres *representamen* o signos: la consola, el piso donde se ve colocada esta consola y el color gris que prevalece en la secuencia de imágenes de identificación de este programa. La relación triádica construida a partir de estos tres signos se representa de la siguiente forma:



Realizando una lectura horizontal de las triadas formadas por signos, objetos e interpretantes, podemos destacar lo siguiente. El programa musical se constituye en el objeto del signo “la consola”, a la cual se asocia un interpretante que es el “rock” y “la diversidad”. El piso, en tanto signo, tiene como objeto “la tierra”, y su interpretante se asocia a lo “alternativo” y “subterráneo”. En tanto el color gris como signo tiene como objeto la imagen, y como interpretante “tristeza” y “vida urbana”. Considerando sólo los objetos de la triada encontramos realidades referenciales como “programa musical”, “tierra” y “colores”. En tanto que tomando en cuenta los interpretantes señalados el programa es asociado con “rock”, “diversidad”, “alternativo”, “subterráneo”, “tristeza” y “vida urbana”.

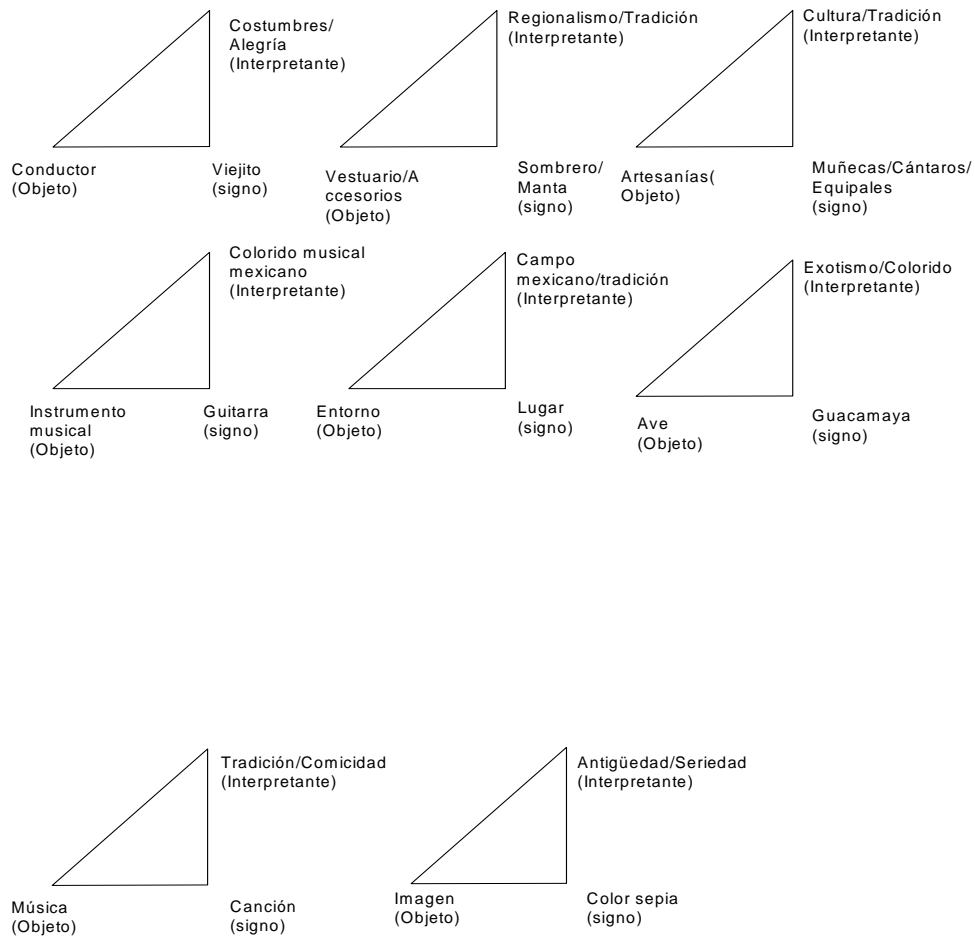
A partir de estos elementos aportados por las triadas, podemos hacer una primera definición del programa Modular, al cual lo podemos considerar como *un programa musical de rock alternativo, dirigido a jóvenes, y donde se presenta una variedad de propuestas asociadas a formas de sensibilidad que emergen de los contextos urbanos.*

Aún cuando en la entrada del programa no se presenta la imagen de ningún sujeto, es posible inferir las características de éste a partir de los signos que se proyectan. La consola, el piso de tierra y el color gris que predomina en la secuencia de imágenes pueden permitirnos reconstruir la representación social del sujeto que se hace en esta breve narrativa. *El sujeto es un joven que se interesa por conocer las propuestas musicales de rock alternativo local, no comercial, que gusta de la música en vivo, y que se interesa por la forma en que a través de la música y letra de las canciones se presenta una visión del mundo y de la vida actual en las ciudades.*

Programa *Cantares y Costumbres.*

En este caso, los entrevistados reconocieron una amplia gama de signos a partir de observar la entrada del programa. Buscando darles cierto orden, agrupamos los signos reconocidos en algunas categorías también mencionadas por ellos. De esta manera, los signos reconocidos los estructuramos de la siguiente manera: viejito, vestuario (manta, sombrero), guitarra, entorno (casas, sol, iglesia, rancho, plantas, agave, carreta, caballo y burro) artesanía, (muñeca de trapo, mujeres, cántaros, equipales) guacamaya, canción, tono de imagen.

En el trabajo analítico utilizamos los signos reconocidos y los interpretantes asociados a éstos para construir las triadas respectivas.



Considerando solamente los signos reconocidos por los televidentes, observamos que identifican en la entrada del programa al conductor (“el viejito”), el sombrero y su vestido de manta; las muñecas de paja y de barro, los cántaros y los equipales; la guitarra, el lugar y la guacamaya; la canción y el color de la imagen.

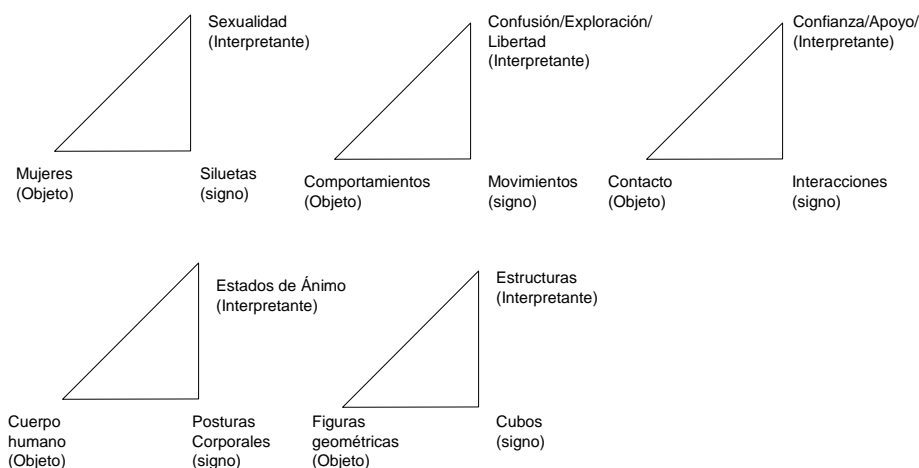
Contemplando los objetos de la triada, esta entrada de programa tiene referencia al conductor, su vestuario y accesorios (incluida la guitarra), las artesanías, un tipo de ave y el color de las imágenes.

Por los interpretantes mencionados por los televidentes se puede señalar que la entrada de este programa se asocia con “costumbres”, “alegría”, “regionalismo”, “tradición”, “cultura”, “colorido musical”, “campo mexicano”, “exotismo”, “comicidad”, “antigüedad” y “seriedad”.

Tomando en cuenta estos elementos como referentes podemos reconstruir una definición inicial de lo que es el programa *Cantares y Costumbres* para el televidente. *“Cantares y Costumbres” es un programa televisivo dirigido, sobre todo a personas adultas, del campo y la ciudad, que gusten de las costumbres y las tradiciones de la región, sobre todo aquellas relacionadas con los lugares típicos, la artesanía y la música mexicana, y que se sientan atraídas por la figura y proyección de un conductor de raigambre popular como Cornelio García.*

Programa *Estrategias al Cubo*.

De la entrada de este programa las personas entrevistadas identificaron cinco signos, principalmente: siluetas, movimientos, interacciones, posturas corporales y cubos.



Las siluetas de personas, cuyo objeto se encuentra en las mujeres, y que se asocia con un interpretante que es la “sexualidad”. Los movimientos desarrollados por las siluetas, cuyo objeto se asocia con comportamientos humanos, y su interpretante se vincula a la “confusión”, la “exploración” y la “libertad”. Las interacciones, como signo, tienen su objeto en el contacto entre personas, y su interpretante se asocia con la “confianza” y el “apoyo”. Las posturas corporales asumidas por las siluetas de las mujeres que se presentan tienen como objeto de referencia los cuerpos humanos, en tanto que su interpretante se asoció a “estados de ánimo”. El signo que se expresa como “cubos” tiene como objeto a figuras geométricas, y como interpretante “estructuras”.

Considerando estas triadas se puede construir una primera definición del significado del programa de Estrategias al Cubo: es un programa que pone acento en las diferentes expresiones de la sexualidad de las mujeres en particular, y del conjunto de sujetos en general, colocando ante el espectador los diferentes estados de ánimo y comportamientos de los sujetos, que recorren un trayecto que va desde la confusión, a la búsqueda de soluciones, y hasta el logro de la libertad, cuando se encuentra la alternativa adecuada. Estas conductas, basadas en las interacciones con otras personas, posibilitan la confianza y el apoyo mutuo y son la base de las estrategias estructuradas que permitan lograr estos propósitos.

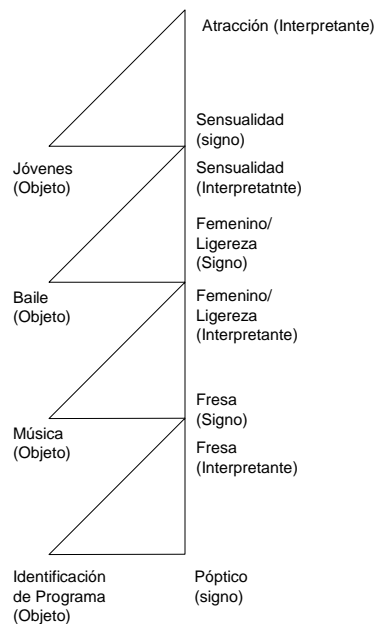
El humano es el sujeto del cual se construye una representación social en esta entrada de programa. Por lo que en esta secuencia de imágenes se proyecta podemos decir que *el humano es un sujeto que continuamente enfrenta problemáticas que lo sujetan. Que, generalmente, los humanos enfrentamos nuestras problemáticas cotidianas de manera aislada. Que la mejor respuesta que podemos construir a nuestras incertidumbres es aquella que se basa en el intercambio con los otros. Y que el sujeto puede conocer a través del programa las estrategias que pueden servirle para enfrentar sus propios problemas.*

El concepto de semiosis infinita. Definición de programas y representación social de los sujetos.

La entrada de los programas considerados como objetos de estudio en este trabajo genera una significación en los televidentes que también toman forma de signos, y que son la base para la construcción de otras triadas. Este tipo de construcción encadenado de significados a partir de los interpretantes asociados a signos que tienen su referencia en objetos, favorecen cierto cauce de acción de los propios televidentes: para seguir viendo la programación del canal, para cambiar de canal, para asumir ciertas posturas de consumo, para construir opinión y orientar sus actividades, por ejemplo. Esta dinámica es la que explica lo que Peirce y Jensen denominan semiosis infinita y acción comunicativa.

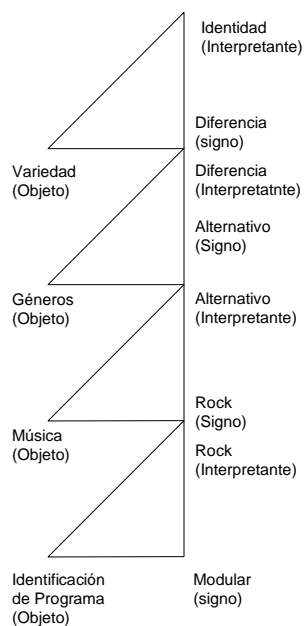
Una posibilidad de prefiguración de estos conceptos en este estudio concreto puede ser la siguiente.

Programa *Póptico*.



En el primer nivel la identificación del programa aparece como Objeto a partir del cual, el signo *Póptico* (nombre del programa) cumple su función de representarle. En tanto que el interpretante estructura la triada incorporando la significación de “fresa”. Estos mismos elementos se pueden convertir en el inicio de una triada superior donde, a partir de ese concepto de “fresa” asignado al programa *Póptico*, se construye una relación con otro Objeto, en este caso la música que da entrada al programa. Este elemento es el referente material, representado a través de la imagen del signo *Póptico*. Del cual resulta un interpretante, que es la idea de “Femenino” y “Ligereza” asociado a lo “Fresa”. Lo “Femenino” y la “Ligereza” contemplados como signos tienen su referente en el Objeto “Baile”. Mientras que el Interpretante asociado a estos elementos sígnicos es la “sensualidad”. En la misma lógica de construcción de esta semiosis, la propia “Sensualidad” se constituye en signo del Objeto “Jóvenes”. El interpretante que completa esta triada es la “Atracción”. Desde esta lógica e semiosis infinita se puede recuperar la representación que hacen de los jóvenes en tanto sujetos: *son jóvenes que gustan de la música fresa, y que a partir del baile se vinculan con otros jóvenes bajo criterios de sensualidad, como base para la atracción.*

Programa *Modular*.

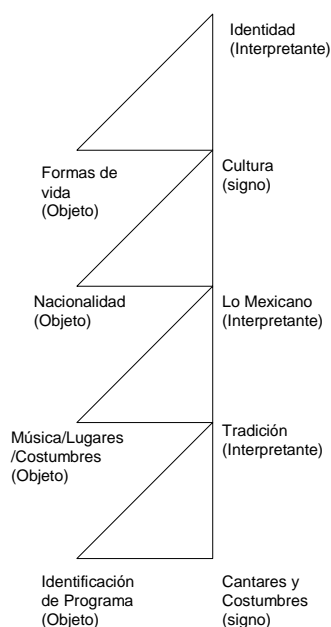


De la misma manera que lo planteamos en el ejemplo anterior, el Nombre del programa se presenta como signo que refiere a la identificación del programa como Objeto. El interpretante de esta relación es el “Rock”, considerado como referencia de un género musical particular, que se asocia a un interpretante que es lo “Alternativo” en rock. Considerando este elemento como signo de una triada superior, encontramos que se relaciona con géneros musicales dentro del mismo rock, que, a su vez, se asocia a un interpretante de “Diferencia”. Éste, establece un vínculo de representación con la variedad de opciones que el mismo rock alternativo posibilita, de donde resulta un interpretante relacionado con la “Identidad” del público televidente. Bajo los presupuestos generados por este recorrido semiótico se puede definir el programa Modular como un *programa de rock, que pretende mostrar expresiones musicales alternativas dentro de este género buscando favorecer la proyección de la diferencia que resulta de la diversidad, con la finalidad de favorecer la construcción de una identidad para el propio programa.*

La representación social de los jóvenes como sujetos que se hace en la entrada a este programa es la de *un conjunto de individuos que gustan de la música de rock de tipo*

alternativo, esto quiere decir, no comercial, como forma de expresar su diferencia respecto a otros sujetos, buscando construir sobre esta base una propia identidad.

Programa *Cantares y Costumbres*.



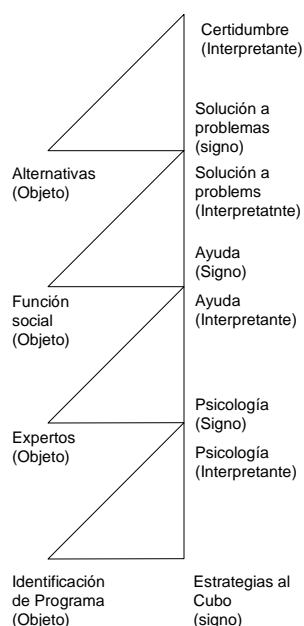
La entrada del programa de *Cantares y Costumbres* desarrolla una secuencia semiótica que tiene en el nombre del programa su signo, en la identificación del programa su Objeto y en la tradición su interpretante. Considerando esta dimensión como el signo de la siguiente triada podemos relacionarlo con la música, los lugares y las costumbres como su Objeto y “Lo mexicano” como su Interpretante. Éste, a su vez, puede ser la expresión en signo del Objeto “nacionalidad”, y tener en la “cultura” su interpretante. En tanto que contemplando este elemento como signo, podemos vincularlo con las “formas de vida” de los mexicanos como Objeto, en tanto que esta triada se puede completar con “la identidad” como interpretante.

Bajo estos considerandos semióticos el programa de *Cantares y Costumbres* lo podemos definir como *un programa que, a través de la música, los lugares y las costumbres nacionales y regionales expresa la tradición de un sector de la población que reconoce su nacionalidad a*

través de las expresiones de lo mexicano en tanto manifestación cultural de formas de vida que favorecen un tipo de identidad.

La representación social que se hace del sujeto es la de un individuo que gusta de la música, los lugares y las costumbres típicas de este país, que se coloca dentro de la cultura tradicional mexicana, y a partir de la cual construye su identidad nacional.

Programa *Estrategias al Cubo*.



En este caso encontramos que el nombre del programa aparece como signo con su Objeto referencial que la “Identificación” del mismo programa, en tanto que su Interpretante se asocia con la “Psicología”. Si se toma este elemento como signo podemos relacionarlo con su Objeto constituido por los “Expertos” que participan en el programa. El Interpretante estaría asociado a la “Ayuda” que el programa puede brindar a los televidentes. Esta “Ayuda” considerada como signo encuentra su relación con la “Función social” del programa como su Objeto. Y la “Solución de problemas” como Interpretante. Este elemento, cumpliendo la función de signo, se vincula con las “Alternativas” como Objeto y con la “Certidumbre” como Interpretante.

Considerando este recorrido de construcción de la semiosis infinita se puede definir al programa de Estrategias al Cubo como *un programa de psicología, que cuenta con la participación de expertos que cumplen la función social de brindar ayuda presentando alternativas que favorezcan la solución de los problemas de comportamiento de los televidentes, quienes, de esta manera, encontrarán certidumbre en su desenvolvimiento cotidiano.*

La representación social que se hace del sujeto a través de la entrada de este programa es el de *personas con problemas psicológicos que requieren orientaciones de especialistas, que les pueden brindar alternativas para reconocer, enfrentar y solucionar sus problemas, que les permita conseguir certidumbres en su forma de vida.*

Tiempo-dentro y tiempo-fuera de la cultura.

Una categoría fundamental utilizada por Jensen (1995) en su análisis de la cultura es la referida al tiempo, en sus dos manifestaciones culturales: como tiempo-dentro y como tiempo-fuera. La cultura del tiempo-dentro incluye aspectos de semiosis que tienen continuidad; constituyen otras prácticas sociales; son un medio de representación e incorporación de la agencia y la estructura dentro de un contexto de acción; son prácticas de representación que posibilitan otra acción social; puede considerarse como una práctica integrada, que forma parte de la práctica social. En el tiempo-dentro, queda incluido lo ordinario, el recurso, la acción. Para Jensen, el tiempo-dentro de la cultura *configura* la acción social.

El tiempo-fuera de la cultura puede considerarse como un aspecto de la semiosis que designa una práctica autónoma, social, separada; susceptible de ser identificada por los agentes sociales; y que se manifiesta en la naturaleza y la representación social de la realidad. El tiempo-fuera de la cultura *prefigura* la acción social. La comunicación de masas es el principal ingrediente de la cultura del tiempo-fuera en la era moderna.

Para Jensen, los tiempos-dentro-fuera de la cultura son aspectos constitutivos y emergentes inseparables de la comunicación de masas y de las prácticas culturales. Son una particular configuración del tiempo-dentro y del tiempo-fuera de la cultura dentro de una infraestructura tecnológica e institucional específica ayuda a dar cuenta de las características culturales centrales de los diferentes periodos históricos.

Considerando estos presupuestos, la entrada de los programas televisivos objeto de estudio pueden visualizarse como una manifestación del tiempo-fuera de la cultura en la medida que a través de estas identificaciones existe una tendencia de prefiguración de la acción social de los televidentes operada mediante la construcción de representaciones sociales como las expuestas anteriormente. Lo interesante del caso, es que a pesar de que las identificaciones en cuanto tales se pueden ubicar como una expresión del tiempo-fuera, al mismo tiempo, las representaciones sociales que se proyectan a través del lenguaje audiovisual en cada una de estas identificaciones exactamente realizan una representación social de los tiempos dentro de la cultura. No es el tiempo-dentro el que se hace presente, sino una representación de éste. Para realizar esta operación se utilizan imágenes y secuencias particulares para cada tipo de programa. Por ejemplo, las prácticas cotidianas son presentadas en *Póptico* a través del baile; en *Modular* a través de la acción de escuchar música; en el programa de *Cantares y Costumbres* a través de la acción de transitar, descansar, observar y cantar por las calles de un pueblo y cantar música tradicional; y en el programa de *Estrategias al Cubo* a través de las interacciones entre sujetos. En cada uno de los casos la representación del tiempo-dentro tiene la intención de favorecer una acción común que es el de ganar audiencia televisiva para los programas.

Adicionalmente, Peirce establece una clasificación de los signos que le permiten precisar su carácter y función. Señala que: “Los signos son divisibles según tres tricotomías: primero, según que el signo en sí mismo sea una mera cualidad, un existente real o una ley general; segundo, según que la relación del signo con su objeto consista en que el signo tenga algún carácter en sí mismo, o en alguna relación existencia con ese objeto o en su relación con el interpretante, tercero, según que su Interpretante lo represente con un signo de posibilidad, como un signo de hecho o como un signo de razón” (Peirce, 1986: 29)

En el primer caso, el signo se llamará *Cualisigno* como expresión de la cualidad de que es un signo. En el segundo caso se hablará de *Sinsigno* cuando sea un evento real o una cosa, verdaderamente existente. En el tercer caso se hablará de *Legisigno*, que expresa una ley que es un signo (Peirce, 1986: 29)

Continuando con el ejemplo de las triadas construidas para cada una de las entradas de los programas estudiados, encontramos cuestiones interesantes como las siguientes. En la entrada del Programa *Póptico* construimos seis triadas, donde los signos o representámenes son “Lata”, “Mujeres bailando”, “Estrellas”, “Música”, “Color Rosa”, y “*Póptico*” (nombre del programa).

A partir de la caracterización que hace Peirce, hemos esbozado la siguiente lectura: “Mujeres bailando” y “Música” se pueden clasificar como *singsignos*, en tanto que son signos que se encuentran próximos a las realidades que expresan. En tanto que la “Lata” y las “Estrellas” podemos considerarlas como *cualisignos*, en la medida que expresan meras cualidades de signos. Mientras que el “Color Rosa” y “Póptico” (nombre del programa) pueden ubicarse como *legisignos*, en tanto que su comprensión sólo aparece como posibilidad dada por el Interpretante (que el color rosa se asocie a lo femenino es sólo una probabilidad, por ejemplo). De esta caracterización podemos concluir que por los signos que utiliza, este programa se caracteriza por construir una narrativa basada en la utilización y proyección de *singsignos* que pretenden generar una idea de realidad (“Mujeres bailando” y “Música”). Apoyándose en *cualisignos*, que buscan expresar características asociadas a los elementos *singsignificos* centrales y los *cualisignos* (“Lata” y “Estrellas”) que pretenden apostar a la interpretación de los televidentes a partir de la propuesta de configuración narrativa que se ofrece.

En la entrada del programa *Modular* se destacan los signos “Consola”, “Piso” y “Color gris”. Reconocemos a la “Consola” y el “Piso” como *sinsignos*, en tanto que el “Color gris” lo identificamos como *cualisigno*. La lectura que podemos hacer de la narrativa construida a partir de que se da ese carácter a cada uno de los signos utilizados, es que esta expresión discursiva busca presentar el programa como realista (“Consola” y “Piso”) al mismo tiempo que se sugiere una significación (“Color gris”), que deja en la audiencia del programa la posibilidad de asignar el significado, claro a partir de las referencias *sígnicas* visuales y sonoras que se presentan.

En la entrada del programa *Cantares y Costumbres* se identificaron como signos a “El viejito”, “Sombrero”/“Muñecas”/ “Cántaros”/“Equipales”, “Guitarra”, “Lugar”, “Guacamaya”, “Canción” y “Color sepia”. Por las características ya referidas *sinsignos* son “El viejito”, “Sombrero”/“Muñecas”/ “Cántaros”/“Equipales”, “Guitarra”, “Lugar”, “Guacamaya” y la “Canción”, en tanto que el “Color sepia” se puede considerar como un *legisigno*, por la manera en que este color se asocia con el pasado y lo antiguo. En este programa rescatamos una intención de presentar una propuesta narrativa fundamentalmente realista. Esto explica el por qué del uso de fotografía-animación, como recurso técnico de construcción de imágenes y sonoridad *sinsígnica*. De nueva cuenta el uso del color en la imagen aparece como un elemento que abre la posibilidad al televidente de asignar un significado adicional (Interpretante).

En la entrada del programa de *Estrategias al Cubo* se reconocieron los signos de “Siluetas”, “Movimientos”, “Interacciones”, “Posturas” y “Cubos”. Desde nuestro punto de vista son *cualisignos* “Siluetas”, “Movimientos”, “Interacciones” y “Posturas”, en tanto que el signo de los “Cubos” puede considerarse como *legisigno*, en tanto que su real significado proviene del Interpretante. La entrada de este programa se caracteriza por la insinuación visual de *signos-cualisignos* que aportan cualidades de realidad figuradas que se presentan. Las siluetas que se presentan en toda la entrada no se proyectan como figuras humanas reales. Se asemejan a sombras animadas. No es una entrada con características realistas. Esto se corrobora con el *legisigno* utilizado (“El Cubo”) que siendo el logotipo del programa, su significación se deja en manos de la audiencia, que es la que construirá el Interpretante.

Del conjunto de entradas de programas analizados podemos notar la apuesta narrativa al realismo-*sinsignico* de tres de los cuatro programas (*Póptico*, *Modular* y *Cantares y Costumbres*). Mientras que uno de los programas (*Estrategias al Cubo*) prefiere proyectar signos que permitan asociaciones *cualisígnicas* y *legisígnicas*. Su apuesta narrativa se orienta más a la interpretación.

Peirce también clasifica las posibles relaciones triádicas entre los signos. Señala que éstas se pueden agrupar en tres modalidades: relaciones de Comparación, de Funcionamiento y de Pensamiento. Y las define de la siguiente manera:

“Las relaciones triádicas de Comparación son aquellas cuya naturaleza es la de las posibilidades lógicas” (Peirce, 1986: 26)

“Las relaciones triádicas de Funcionamiento son aquellas cuya naturaleza es la de los hechos reales” (Peirce, 1986: 26)

“Las relaciones triádicas de pensamiento son aquellas cuya naturaleza es la de las leyes” (Peirce, 1986: 26)

La caracterización de los signos que hemos realizado considerando cada una de las entradas de los programas analizados es un referente importante para reconocer el carácter de las relaciones triádicas que se establecen a partir de cada uno de los signos reconocidos por los televidentes. De inicio, es posible reconocer una correspondencia entre características *sígnicas* de la entrada de los programas y el carácter de las relaciones triádicas a partir del cual se

construyen. Los programas caracterizados como más “realistas” en su entrada (*Póptico, Modular y Cantares y Costumbres*) son al mismo tiempo los que privilegian las relaciones triádicas de Funcionamiento. Por ejemplo, “hechos reales” como base de relaciones triádicas de funcionamiento las encontramos en el programa *Póptico*, donde se muestra una relación triádica entre “Mujeres bailando” (Signo)-“Movimiento” (Objeto)-“Juventud/Sensualidad/Diversión” (Interpretante). En el programa *Modular*, donde se proyecta una relación triádica entre “Consola” (Signo)-“Programa Musical” (Objeto)-“Rock/Diversidad” (Interpretante). Lo mismo se puede decir del programa de *Cantares y Costumbres*, donde, por ejemplo, se presenta una lógica de estructuración de triadas como la de “Guitarra” (Signo)-“Instrumento” (Objeto)-“Colorido musical” (Interpretante), que también acentúa la proyección de “hechos reales”, tal como lo indica Peirce. Pero por otro lado, también tenemos el caso de la entrada de un programa que se basa en relaciones triádicas de Comparación, y este es el caso de *Estrategias al Cubo*. En él encontramos relaciones triádicas como la de “Cubos” (Signo)-“Figuras geométricas” (Objeto)-“Estructuras” (Interpretante), donde lo que se destaca es la “posibilidad lógica” de relación y significación, no la realidad ni una lógica acabada de configuración e interpretación. De esta manera, podemos afirmar que la entrada de los programas analizados tiende más a expresar narrativamente estructuraciones triádicas funcionales, y que esto es correspondiente al carácter *singsignico* que se le asigna a los signos como unidad básica de construcción triádica.

Otra tricotomía de los signos que Peirce establece es la de *Icono, Índice o Símbolo*.

“Un *Icono* es un signo que se refiere al Objeto al que denota meramente en virtud de caracteres que le son propios, y que posee igualmente exista o no exista tal Objeto” (Peirce, 1986: 30)

“Un *Índice* es un signo que se refiere al Objeto que denota en virtud de ser realmente afectado por aquel Objeto... En la medida en que el Índice es afectado por el Objeto, tiene necesariamente alguna Cualidad en común con el Objeto, y es en relación con ella como se refiere al Objeto” (Peirce, 1986: 30)

“Un *Símbolo* es un signo que se refiere al objeto que denota en virtud de una ley, usualmente una asociación de ideas generales que operan de modo tal que son la causa de que el Símbolo se interprete como referido a dicho objeto” (Peirce, 1986: 30) También indica que: “Defino a un Símbolo como un signo que es determinado por su objeto dinámico solamente en el sentido de

que así será interpretado. Por lo tanto, depende de una convención, de un hábito, o de una disposición natural de su interpretante, o del campo de su interpretante...” (Peirce, 1986: 94) Y concluye que: “El Símbolo es un Representamen cuyo carácter Representativo consiste precisamente en que él es una regla que determina a su Interpretante” (Peirce, 1986: 55).

En la entrada del programa *Póptico* encontramos signos como “Lata”, “Mujeres bailando”, “Estrellas”, “Música”, “Color Rosa”, y “Póptico” (nombre del programa). Partiendo de la clasificación de Peirce, la “Lata” y las “Mujeres bailando”, se presentan como *Iconos* en tanto que muestran el carácter del Objeto al que se refieren: “Bebida” y “Movimiento”. En tanto que “Música” y “Póptico” cumplen la función de *Índices* en la medida que son afectados por la presencia de alguna cualidad integrada a sus respectivos Objetos, “Sonoridad” y “Lo Pop”. En tanto que signos como las “Estrellas” y el “Color Rosa” son utilizados como símbolos, en la medida que favorecen procesos de asociación que median en la interpretación que de él se hace. En la entrada del programa Modular, televidente identificó como signos “La consola”, el “Piso” y el “Color gris”. Se puede considerar *Icono* a la “Consola”. El “Piso” es un *Índice*. En tanto que el “Color gris” es un *Símbolo*. En el programa de Cantares y Costumbres se identificaron los signos de “El viejito”, “Sombrero”/“Muñecas”/“Cántaros”/“Equipales”, “Guitarra”, “Lugar”, “Guacamaya”, “Canción” y “Color sepia”. Por las características que asumen como imagen, reconocemos *Iconos* en los casos de “El viejito”, “Sombrero”/“Muñecas”/“Cántaros”/“Equipales”, “Guitarra” y “Canción”. El “Lugar” se presenta como un *Índice*, en tanto que la “Guacamaya” y el “Color sepia” son utilizados como *Símbolos*. En tanto en el programa de Estrategias al Cubo, se utilizan signos como “Siluetas”, “Movimientos”, “Interacciones”, “Posturas” y “Cubos”. En este caso el conjunto de signos son utilizados como *Índices*, a excepción de los “Cubos” que son utilizados como *Símbolo*.

Encontramos que los signos fundamentales utilizados en las narrativas cumplen la tarea de representar realidades con proximidad mediante el uso de *Íconos* y de *Índices*, que corresponden al carácter *sinsígnico* y *cualisígnico* que se construye de los signos, y a la comparación y funcionalidad que se le otorga a las triadas utilizadas como base de la construcción de las secuencias narrativas utilizadas.

Los argumentos, en la construcción semiótica peirciana también se manifiestan en una tricotomía de Deducciones, Inducciones y Abducciones.

“Una *Dedución* es un argumento cuyo Interpretante representa que pertenece a una clase general de posible argumentos exactamente análogos que se caracterizan por el hecho de que, a lo largo de la experiencia, la mayor parte de aquellos cuyas premisas son verdaderas tendrán conclusiones verdaderas” (Peirce, 1986: 39)

“Una *Inducción* es un método para formar Símbolos Dicientes relativos a una cuestión definida, método en el cual el Interpretante no representa que partiendo de premisas verdaderas producirá, a la larga, resultados aproximadamente verdaderos en la mayoría de las instancias, sino que representa que, si se persiste en ese método, a la larga producirá la verdad, o una aproximación indefinida a la verdad, con respecto a cada cuestión” (Peirce, 1986: 40)

“Una *Abducción* es un método para formar una predicción general sin ninguna verdadera seguridad de que tendrá éxito, sea en un caso especial o con carácter general, teniendo como justificación que es la única esperanza posible de regular nuestra conducta futura racionalmente, y que la Inducción, partiendo de experiencias pasadas, nos alienta fuertemente a esperar que tendrá éxito en el futuro” (Peirce, 1986: 41)

Las entradas de los programas analizados se caracterizan por utilizar de manera combinada en sus narrativas métodos deductivos en su construcción e inductivos en su proyección reiterada. Aunque puede ocurrir que la significación que se construya resulte de una probabilidad de que corresponda a la que se ideó de manera inicial por el productor, lo cierto es que, en inmensa mayoría de situaciones, construye bajo criterios de certeza no de abducción.

Las palabras de Victorino Zecchetto resumen de buena manera la importancia de Charles Sanders Peirce en la construcción de una explicación semiótica de la realidad: “...la obra de Peirce representa hoy uno de los campos más fecundos de reflexión semiótica, porque su perspectiva teórica permite dar cuenta de modo ordenado y lógico de la complejidad de los fenómenos semióticos” (Zecchetto, 2002: 69)

3.7 Resultados sobre las narrativas y representaciones en los programas.

3.7.1 Programa *Modular*.

Discursivación sobre grupos de rock.

El conductor destaca la inclusión bajo criterios de participación (“Va a estar *Rojan* totalmente en vivo”, “Una cápsula de *Pernos*, pasando ese tips de su batería...”) Se representan bajo criterios de inclusión en función de una circunstancialización espacial. La presentación de los grupos participantes se hace visible mediante el uso de diferentes recursos como el de nominación formalizada (“Ellos se llaman *Rojhan*”); a través de una secuencia de recursos que incluyen la participación, la circunstancialización espacial, la nominación y la titulación por honorificación (“Esta noche va a estar tocando aquí en vivo un grupo de aquí de Guadalajara, que se llama *Raddasonic*, muy buena banda”); bajo criterios de titulación por honorificación y posesivación (“Una gran banda de aquí de Guadalajara que traen algo de *hardcore*...”); haciendo uso de la inclusión del grupo de rock por nominación-titulación con honorificación (“...Es muy, muy, muy buena banda, se las recomiendo muchísimo, su página es...”); mediante el recurso de nominación formalizada con titulación-honorificación (“...*Winter*, muy buena banda...”); a partir de un criterio de posesivación (“Para todo los fans de *Cuca*, ya viene nuevo material de *Cuca*...”); por medio de impersonalización por abstracción categorizada y una identificación relacional de identificación con circunstancialización (“Muchas veces hay muy buenas bandas...y lamentablemente, por más que toquen esos grupos, siempre es muy difícil, es muy difícil salir adelante”); y a través de recursos más complejos como los de honorificación circunstancializada espacial categorizada con identificación relacional con singularización (“Y a continuación nos vamos a ir con un gran artista tapatío, que se llama *Gerardo Enciso*. *Gerardo Enciso* es una persona ya muy conocida aquí en Guadalajara, y últimamente como que esta retomando su influencia en gente más joven, y en gente que como que se centra más en las letras que busca artistas que muestren esa cotidianidad urbana, como sólo *Gerardo Enciso* lo sabe mostrar...”). En el otro extremo, de manera más sencilla, el conductor hace uso de la inclusión nominal informalizada (“Qué tal chicos” -para referirse a *Raddasonic*)

El conductor destaca la idea de pertenencia espacial de los grupos a esta ciudad (“Son de la escena local de Guadalajara”) Se destaca la inclusión bajo criterios de participación (“...están aquí totalmente en vivo, no están haciendo *play back* ni nada por el estilo...”) reconociendo su estancia en un espacio micro(el estudio) y desarrollando la práctica de tocar sin truco. O bien asociando al grupo con otra ciudad, bajo criterios de nominación con circunstancialización espacial (“En estos momentos estamos con *Inside*, una muy buena banda de Mexicali...”).

Las mismas preguntas del conductor a los miembros del grupo entrevistado denotan el uso de recursos discursivos que favorecen ciertas representaciones de los sujetos entre los que podemos contar la impersonalización con objetivación (“¿Cuál creen que ha sido la mayor evolución en el rock nacional?”). O la Nominación formalizada con singularización (“¿Qué es parte del sonido fundamental de *Fobia*?”)

También encontramos que el productor contribuye a crear una representación de sujetos-grupos de rock, a través del uso de recursos utilizados a en la construcción de la cápsula informativa que se inserta en la estructura del programa. Tomando un ejemplo, encontramos que utiliza la titulación honorificada de circunstancialización temporal y singularización (“...la que se convertiría en una de las bandas más importantes de la década de los noventa: *Smashing Pumpkins*...Durante la gira descubren al baterista *Jim Chamberlain* y al baterista de apoyo *Johnattan Melboy*, en un cuarto de hotel con sobredosis de heroína. *Johnattan* estaba muerto, *Jim* salva la vida, pero es expulsado del grupo....esta banda marcó a toda una generación”)

Las propias bandas de música que participan en vivo o a través de grabaciones previas, contribuyen a construir representaciones sociales sobre sí mismas a partir de procesos variados de autorepresentación, como la de nominación formalizada, destacando una determinación por singularización que realizan integrantes de *Rojhan* y *Raddasonic* (“Yo soy *Jacobo*, toco la guitarra y canto...” “...Yo soy *Pablo*, toco la bataca...”). La de nominación y participación con posesivación (“Qué onda banda somos *Becker*, estamos trabajando en nuestro nuevo disco que sale en agosto...un saludo a *Modular* y a todos ustedes que nos ven, buena vibra”). En tanto que el grupo *Rojhan* utiliza también diferentes recursos para proyectar su propia representación: la de inclusión por posesivación y participación (“Tenemos un disco con cinco canciones, y ahorita vamos por el segundo...”); la de circunstancialización de modo y participación (“Estamos en una situación económica un poco apretada, y estamos buscando quién nos haga el

paro a maquilarlo...”); la de impersonalización con objetivación (“Fue un proyecto de amigos...”); de Personalización singularizada con circunstancialización de modo (“Ellos tres se juntaron, cuando sus bandas se desintegraron...”); la de participación y posesivación (“Nos estamos acoplando un poquito más, porque al principio eso fue un poco difícil...”); la determinación con disociación (“Creo que hasta ahora no sabemos ni qué queremos bien tocar...”); la simple nominación formalizada (“*No tiene la Vaca, Inadaptados, Disidente...*”); y la autorepresentación circunstancializada temporal con identificación relacional (“Pues yo estoy siempre allí, todas las noches, por si quieren platicar con los de la banda...”).

De la misma manera encontramos diferentes recursos para la propia visibilización del grupo Fobia. Reconocemos la impersonalización con objetivación y participación (“Lo importante es que siguen surgiendo...”) para referirse a grupos de rock nuevos; la participación con posesivación (“Estamos viendo que los grupos se organizan, hacen sus propias producciones, hacen sus propias fiestas, y el movimiento no se detiene...”); la autonominación impersonalizada con circunstancialización temporal (“Creo que las canciones de *Fobia* llegaron como para quedarse...”); la pasivación con beneficalización (“*Paco* es el que las hace, pero yo las siento como si fueran mías, me siento orgulloso del muchacho...”); y la impersonalización con objetivación (“...Hay muchas bandas, y lo bueno es que no están preocupadas porque si el sencillo, que porque si el *MTV*, que si por las cuarenta principales, les vale madre, y eso es realmente lo que hace que se puedan expresar, o sea, más claramente, ¿no? más lo que los jóvenes tienen que manifestar...”)

En el caso del grupo *Raddasonic*, reconocemos en su discurso estrategias de inclusión de diferente tipo, la de inclusión con participación (“...ahí andamos dándole a todo lo que es la promoción enteramente de este material... “); y la de circunstancialización temporal con posesivación (“La verdad es que ahorita tenemos un chorro de trabajo...”). Por su parte, el grupo *Black Smith* proyecta una representación apoyándose en una singularización con participación (“Estamos muy contentos porque hemos estado haciendo muy buenos conectes, y se nos han presentado muy buenas oportunidades con el disco que estamos estrenando...”); o en una impersonalización con objetivación (“...Para que vayan, rockanroleen, vean el nuevo video y escuchen el material nuevo que traemos, bastante metalero y sabrosón, para que muevan la greña...”). Mientras que el grupo *Monster* hace uso de la nominación de semiformalización y

circunstancialización espacial (“...un muy gran amigo, *Rod Hains*, de Washington, nos hizo el favor de darnos este video, y estamos muy complacidos...”).

Representaciones sobre los grupos de rock.

Los grupos de rock cuentan con un nombre que les otorga *identidad*. Desarrollan *prácticas* de tocar en vivo; dan sugerencias para tocar instrumentos; generan nuevas producciones musicales y videográficas; buscan formas de distribución; se organizan; construyen movimiento; desdeñan el contacto con espacios y eventos comerciales. Algunos de sus integrantes, en tanto sujetos, son vinculados a prácticas de consumo de drogas y muerte, aparte de tocar algún instrumento específico. Por su *espacialidad* son identificados con lugares o regiones específicas, sobre todo con Guadalajara. Por su *temporalidad* los asocian con contextos específicos. Generalmente son adjetivados haciendo uso de calificativos de orden positivo. De la misma manera se les valora positivamente presentándolos como en situación de constante surgimiento y avance, y como creadores de obras musicales que trascienden. Son asociados también con la ejecución de determinados géneros o subgéneros musicales que les otorgan identidad de sonido. Están rodeadas de *contextos* que dificultan su desarrollo. Favorecen influencia con sus seguidores a partir del desarrollo de sus *interacciones*, de éstas mismas se destaca la presencia del *valor* de la amistad y de la disposición al contacto con sus seguidores y el reconocimiento de propósitos de *identidad*. A través de verbalizaciones desean cosas positivas al público. Poseen *creencias* que contradicen sus prácticas de tocar música.

A través de las discursividades desarrolladas en el programa se construyen representaciones sociales sobre los grupos de rock a diferentes niveles. Representaciones de sí a nivel de autodenominaciones, de las canciones interpretadas, los géneros y los estilos utilizados para su construcción y ejecución, e incluso el vestuario, accesorios e tipo de instrumentos utilizados. También se desarrollan representaciones de los otros cuando los mismos integrantes de los grupos participantes hacen referencia a otros grupos e interpretes locales, nacionales o internacionales. Construyen una referencia explicativa cuando señalan las razones por las cuales se integraron como grupo, por las que asumieron determinado género y estilo musical, por las que el rock alternativo se encuentra en determinada situación a niveles local, regional y

nacional, por ejemplo. La manera en que se presenta a los grupos de rock en este programa también permite la construcción e interpretación de otros géneros musicales distintos a la variedad del rock alternativo, contenido de manera implícita, en las letras de las canciones y en la discursividad de sus integrantes. De estas enunciaciones también resultan las categorizaciones que permiten comprender las prácticas, las creencias y los imaginarios que sobre el mundo del rock tienen los diferentes grupos y sus integrantes. Del conjunto de estos aportes es posible identificar los acuerdos y las diferencias entre las diferentes propuestas ofrecidas y reconocidas por estos grupos. También es posible identificar la normatividad informal construida por los diferentes grupos para regular sus interacciones, en su tendencia a la institucionalización de la práctica musical. De esta manera, surgen sentidos construidos compartidos por estos sujetos grupales, que al mismo tiempo son referencias para otros grupos y movimientos emergentes. Queda claro que las representaciones sociales sobre los grupos de rock tienen claros orígenes socioculturales.

Discursivación sobre el público.

El público es otro de los sujetos que es representado en el programa. Distintos son los recursos que fundamentalmente el conductor utiliza para realizar esta tarea. Utiliza el recurso de la circunstancialización espacial (“Están en Modular, no le cambien...”); la inclusión por participación (“Marque nuestros teléfonos...”, “...Los invito a que nos sigan marcando...”, “Estas llamadas son las que construyen este programa...”, “Sigam rockeando, hasta luego”, “...amigos, los esperamos en ese concierto...”, “Muchas gracias por vernos”, “Muchas gracias por sus comentarios”); la inclusión por participación con nominación formalizada (“Qué les parece si nos vamos a la primera canción de *Rojhan*...” , “Que les parece si nos vamos con la siguiente canción...” , “Los invito a que sigan marcando nuestros teléfonos...nos han llegado muchas llamadas”, “Muchas gracias por hablarnos y por apoyarnos...”, “Amigos, bienvenidos a su programa *Modular*”); pasivización con beneficiación (“Esperamos que les guste esta canción”); determinación por asociación (“...digan no al play back”); determinación categorizada por identificación relacional (“Qué tal amigos de *Modular*. Soy Eduardo Miranda, y muchas gracias por acompañarnos una noche más...”, Este fue su programa *Modular*, y muy buenas noches”), nominación por semiformalización (“Amigos, siguen en su programa

Modular”); inclusión con pasivización con beneficalización (“Mandamos saludos...”, “...venimos a hacerles la invitación, es un tributo a *Héroes del Silencio*...”) hecha por el conductor, y el mismo recurso utilizado por un grupo invitado (“...venimos a hacerles la invitación, es un tributo a *Héroes del Silencio*...”).

Considerando a los televidentes hispanos en Estados Unidos como parte del público del programa, el conductor se refiere a ellos generando también una representación de éstos como sujetos. En el material analizado utiliza recursos como la participación circunstancializada espacial (“...es impresionante de los correos que nos llegan de la gente que se entera de las bandas de aquí de Jalisco en Estados Unidos...”) y la nominación formalizada con categorización de identificación relacional (“Quiero hacer un llamado para las bandas de mexicanos...que se quieran venir a tocar a Guadalajara, en *Modular* los apoyamos, y también a todas las bandas de Jalisco las apoyamos...”)

Representación sobre el público.

El **público** es representado como un conjunto de *sujetos* que desarrollan *prácticas* de ver, acompañar, apoyar y llamar al programa, para comentar y, de esta manera, construir el mismo programa; que rockean desde donde miran el programa; que asisten a conciertos; son consultados, considerados, saludados e invitados; Poseen como suyo el programa.; Es nominado a partir de una adjetivación de amistad. Los televidentes hispanos en EUA son representados como *sujetos* en otro *espacio* territorial que utilizan las nuevas tecnologías para desarrollar sus *prácticas* de comunicarse. Parte de ese público estadounidense es representado como bandas de rock.

La representación de sí por parte del público se objetiva a través de las llamadas que realiza al programa. Por medio de éstas, el público construye representaciones sobre los grupos, el programa y el propio conductor, que en conjunto representan a *los otros*. Las interpretaciones que hacen sobre lo que ven y escuchan sirven a los otros televidentes, miembros de los grupos participantes y al productor-conductor del programa para reconfigurar sus propias interpretaciones. Las cuales se expresan a través del contenido de sus llamadas, que se constituyen en el elemento exterior a las propias interpretaciones del productor-conductor, en

tanto destinatario de estas llamadas. Buena cantidad de estas llamadas poseen un sentido valorativo, conminativo y emotivo. De esta manera es que los diferentes sujetos integrantes del público coadyuvan en la construcción de sentidos, desde distintas, espacialidades, temporalidades, experiencias y subjetividades.

Discursivación sobre el conductor.

El propio conductor se convierte en un sujeto representado a lo largo del programa. El mismo se presenta mediante el uso de recursos como el de participación beneficiación (“También vamos a estar reglando cuatro boletos para un tributo a los *Héroes del Silencio*”) y participación con identificación relacional (“Vamos a estar contestando sus llamadas y leyendo sus comentarios totalmente en vivo...”).

Representación sobre el conductor.

El **conductor** es presentado como un *sujeto* que desarrolla las *prácticas* de otorgar obsequios a los televidentes y de *interaccionar* con el público a través de la práctica de contestar llamadas y de leer comentarios del público.

Discursivación sobre el programa.

En varias ocasiones, a lo largo del programa, el conductor favorece representaciones antropomorfizadas o con participación indirecta de sujetos sobre el programa mismo. Por ejemplo, utiliza el recurso de participación circunstancializada (“Una de las metas de todo el staff de Modular es apoyar a la escena, y lamentablemente no tenemos mucho presupuesto, y todo eso, pero tratamos de hacer todo lo posible de contactar a las bandas, de buscar a las mejores bandas de la escena de aquí de Guadalajara y mostrárselas”, “...también quiero mandar un saludo a toda la gente del staff de C7. Armar *Modular* es toda una misión imposible. Pero lo hacemos por ustedes, por todas las bandas, por toda la cultura que hay en Jalisco”); determinación con sobredeterminación connotada (“...está a punto de ser papá, *Chino* es uno de

los camarógrafos de aquí del Canal, y un saludote,,*Chino*, un abrazo y muchas felicidades “); y nominación con formalización (“Esto fue *Modular...*”)

Representación sobre el programa.

El **programa** modular se presenta como un producto construido por *sujetos* que desarrollan *prácticas* de apoyo a los grupos locales de rock, a los cuales contactan y proyectan. Características de estos sujetos es estar organizados técnicamente en un staff, y el no contar con recursos materiales y económicos suficientes. Al programa se le asocia con el interés por difundir la cultura del rock en Jalisco.

3.7.2 Programa Cantares y Costumbres.

Discursividad sobre los conductores.

A lo largo de su participación en el programa, el propio conductor contribuye a construir una representación de sí mismo, utilizando recursos como los que enseguida se mencionan: sobredeterminación con simbolización (“Han de dispensar que andamos tan alegres...”); singularización, circunstancialización, posesivación y simbolización (“Entonces, aunque uno quiera evitar las fiestas, bueno...llegan de pronto. Y uno llega a su estación favorita de radio y televisión, rayando el caballo a cumplir con sus obligaciones, cual se debe. Uno deja las fiestas...las provocaciones, culinarias, étlicas, todo por cumplir sus deberes”); posesivación, activación y simbolización (“Señor, tenemos un arreglo floral, nomás le alcanzo a ver la cresta, al gallito ese”); inclusión con activación (“Vamos a escuchar...”); participación y circunstancialización temporal (“Todo eso lo viví cuando era un muchacho joven. ¡Uuuyyyy ya llovió! Pero, entonces, yo entiendo perfectamente al emigrante...Yo viví la emigración, el trabajo del emigrante...Es muy bonito trabajar. Es muy triste recordar el terruño. Pero es muy bonito regresar en las fiestas del santo patrono a su pueblo, y visitar a sus familiares”, “...Bueno yo hasta anduve en un traveling car repartiendo comida, 45 paradas con obreros, trabajadores y “fielderos”, y bueno, pues es bonito trabajar y ganarse un dinero y venirse a las fiestas de su

pueblo...”); formalización singularizada, activación, participación y simbolización (“Amigos emigrantes un abrazo muy afectivo. Un fuerte abrazo de verdad. Escribanme y yo les voy a contestar con el corazón en la mano, entendiendo perfectamente la nostalgia por su terruño”); circunstancialización espacial (“Imagínese hasta donde nos vemos (Dallas Texas)...”); activación circunstancializada y simbolización (“Les vamos a contestar siempre, aunque dejemos de desayunar o de visitar a la familia, pero les vamos a contestar *electronic mail*...”); identificación relacional (“Jamás los defraudaremos, cuenten con nosotros, un abrazo bien fraternal”); participación con circunstancialización temporal, colectivización y activación simbólica (“...Estuvimos en tercer año enamorados de la misma maestra, la maestra Ofelia, tan guapa, tan chula, y todos los niños de nueve años enamorados de la maestra Ofelia, y que se va casando y que tiene niños, y nosotros nos pusimos a llorar. Simón Hueso te acompañó en tu pena, yo sufrí lo mismo”); circunstancialización con titulación por honorificación (“Yo vengo de un rancho donde la gente firmaba con un bigote, un pelo de un bigote, porque no saben escribir, -“haber fírmele ahí”, -“no, no sé escribir”, -“pero ahí le va un pelo de mi bigote, y eso es mi garantía de que soy hombre de palabra”); nominación por titulación con honorificación y simbolización (“Me considero un hombre derecho, leal, digno y efervescente...”); activación con simbolización (“Ahora sí andamos frescos y nada efervescentes...”) (Conductor-Cornelio); activación, pasivación con beneficalización y singularización con beneficalización (“Y ando contento porque un paisano mío me “*vido*” en la tele y dijo: -“será o no será don *Corne*, ya está muy canoso”, pero sí era yo”); circunstancialización con beneficalización (“...Me llegan unos olores, afortunadamente hoy sí me dieron de comer...”); circunstancialización espacial-temporal con activación (“...porque yo cuando estaba en el DF estudiando, me acuerdo que comía tacos dorados con deshebrada, crema y mucho jitomate, pero eran de Arandas...”); participación con temporalización y posesivación con identificación relacional (“Vamos a escuchar Allá en el Rancho Grande “allá donde vivíamos”, decía un sobrinito mío...”); determinación por diferenciación (“Eso, no hay que ser humilde, ni modesto, eso no sirve de nada. Cuando uno está seguro de lo que hace, hay que presumirlo y hacerlo bien, y que se lo lleven o que lo dejen”); y circunstancialización de estado (“...lástima que estemos ya casados señor Valdivida. Digo, usted con su esposa y yo con la mía, porque luego empiezan a rumorar, ya ve como es la gente...”).

El señor Valdivia también contribuye a construir una representación del conductor principal, a través del uso constante del recurso de inclusión por formalización (“Sí señor...”).

De la misma manera Cornelio García construye una representación sobre el co-conductor del programa, a través de recursos como el de formalización, activación y circunstancialización espacial y temporal (“El señor Valdivia aquí está presente”); el de posesivación (“Señor Valdivia, haber, tenemos algunos correos electrónicos, *electronics mails*”); y el de activación (“Ahora dígalos a nuestros televidentes de los United States...a dónde se pueden comunicar con nosotros...”).

Representaciones sobre los conductores.

El **conductor**, es representado como un *sujeto* de respeto, leal, digno, honesto; con *prácticas* de tomador, fiestero, trabajador, responsable, comelón, observador e invitador; y con una pertenencia a la *institución* del matrimonio. También es representado como un sujeto con experiencias variadas; dispuesto a compartir *narrativas* con detalles de su pasado; con *identidad* de vida con el público; amante de las fiestas, del *lenguaje*, los *símbolos* y de todas las prácticas que expresan la *cultura popular*; y que goza con el uso de expresiones populares. Es un sujeto cuyo programa es visto en los EUA; y que está dispuesto a la *interacción comunicativa* con el público a través de diferentes *medios*.

El **co-conductor** es representado como un sujeto que se hace presente en el programa; que desarrolla la práctica de lectura de llamadas y de textos de correos electrónicos; y que mantiene una interacción con el conductor central (Cornelio García) donde responde a sus indicaciones.

Discursividad sobre la cultura.

Por otro lado, y de la misma manera, Cornelio García construye representaciones sobre la cultura. Consideramos importante abordar esta dimensión de la narrativa del conductor tomando en cuenta sobre todo la dimensión del sujeto presente que se encuentra contenida en la discursividad desarrollada por el conductor al referirse a la cultura. Algunos de los recursos que utiliza son los siguientes: singularización simbólica y honorificación (“...El Señor de los Rayos. Todo eso es cultura...”); la circunstancialización y posesivación (“...Las faltas de ortografía,

señores, olvidense, no importa. Cuántos campesinos emigramos a trabajar al field, a la fábrica, a tantas empresas”, “...No se preocupen si escriben televisión con ‘c’. Es correcto, está bien...además que bonito, que transgreden las leyes de la gramática. García Márquez dice que es más bonito decir ‘*cuando nos muéramos*’, que ‘*cuando nos muramos*’, y tiene razón. Es más bonito decir ‘*échale un ñudo*’ que decir ‘*échale un nudo*’...’*un ñudo*’, suena más contundente, con ‘ñ’, bueno, cada quien, ‘*ñudo*’ o ‘*nudo*’); circunstancialización e identificación física y relacional (“Pero que tal si habemos algunas gentes que nos guste, por nuestra educación campirana...mi padre agarraba un asador y le metía ahí unos pedazos de carne con gordito, y luego que estaba ya en las brasas del reverbero, agarraba unas tortillas, y le apretaba así, y nos daba unas enmantecadas a los niños...”); nominación-titulación por honorificación (“...eso es música tradicional de verdad”); posesivación y activación (“Tenemos mucho sentido del humor. Somos pícaros, albureros, dicharacheros, y muchas cosas más, que no podemos decir aquí”, “Nos gusta el trote del macho aunque nos zangolotee”); activación y simbolización (“Comer, beber y vivir no es sufrir, señor”); e identificación relacional circunstancializada espacialmente (“...la gastronomía mexicana, que es una de las más ricas del mundo, con la china, la italiana, la francesa, la española, la hindú, que es deliciosa, la japonesa, también la mexicana rifa entre las primeras, porque tenemos una influencia judía, árabe, española, entonces, con la prehispánica, se imagina que encontronazo nos dimos...”).

De la misma forma, otros invitados también contribuyen a crear una representación de la cultura a través de sus expresiones verbales en el programa. Por ejemplo, un presidente municipal se refiere a la cultura bajo criterios de circunstancialización temporal con participación (“Los ganaderos a las 5 de la mañana ya están allí echándose sus canelitas con alcohol para irse a ordeñar las vacas...”); o bien a través de la posesivación con circunstancialización temporal e identificación relacional (“...Sí, gracias a Dios es un pueblo que ha conservado sus tradiciones, las costumbres, sus valores. Todos nos apoyamos en sacar adelante un problema, en sacar adelante una obra pública, en sacar adelante un proyecto. La gente, gracias a Dios, nos apoyamos y gracias a esa población es que hemos logrado lo que ahorita Valle de Juárez es, ya estamos encaminados al progreso, a la transformación completa de este municipio”). Un compositor también favorece una representación de la cultura mediante la posesivación, colectivación y circunstancialización temporalizada (“México siempre es muy

romántico. Somos, este, pues, de mucho ambiente, y la música tiene mucho que ver con nuestras raíces”)

Representación sobre la cultura.

La **cultura** se manifiesta en *formas simbólicas y prácticas religiosas* de los *sujetos* en los pueblos; en la música tradicional; en la comida; en las *habituaciones* de los sujetos *objetivadas* en *prácticas* concretas donde evidencian sus costumbres y valores. También la cultura se expresa en los sujetos cuando éstos no saben escribir con la ortografía correcta, respondiendo a las codificaciones establecidas para el *lenguaje* escrito.; en las construcciones expresivas populares de uso diario como los refranes, los chistes y los albures; y en las manifestaciones sonoras populares y en las *prácticas cotidianas* de los grupos.

Discursividad sobre los espacios.

Cornelio García desarrolla una estrategia de antropomorfización de los lugares (ciudades, pueblos, ranchos, comunidades) asignándoles cualidades propias de los humanos, personalizando sus características y construyendo sobre de ellas representaciones como si fueran sujetos. Para esto hace uso de recursos como los siguientes: inclusión por activación y simbolización (“...pero Guadalajara es una ciudad alegre, festiva, mariachera, jaranera, sonera. Yo no quisiera andar en fiesta, pero, señor Valdivia, Guadalajara Jalisco es una ciudad festiva...”); participación-colectivación, identificación relacional y circunstancialización (“Y por cierto, ahorita están en fiesta en Acatic. Es el novenario de la Virgen de la Candelaria. Y hacen unas fiestas bellísimas con castillos, con desfiles, con recibimientos, y con “*pelegrinaciones*” como se dice en mi rancho. Esas “*pelegrinaciones*” de los hijos ausentes...”); nominación-titulación por honorificación (“Es una ciudad muy culta es la de Lagos de Moreno, qué bonita ciudad”, “...un barrio muy bello -Brooklyn, que su servidor visitó en alguna ocasión, y son pueblos viejos, muy bonitos...”); identificación relacional (“Qué belleza de “*panograma*””, me dijo un señor en Arandas...”); categorización por identificación relacional (“...Hay varios, -los señores que hacen jorongos o zarapes, hay unos de aquí, de San Pedro Tlaquepaque, otros de San Andrés, y está otro señor en Jocotepec, hay otros allá en el norte...en Ojuelos...en

Tapalpa...”, “...Y la gente tan afectiva, todavía se conserva el sentido tribal, de la comunidad, la tribu, la comunidad, en donde todos se apoyan, todos se ayudan”); especificación individualizada simbólica (“Yo allá resollaba sin ninguna dificultad, porque cuando voy por Avenida Juárez, por Tolsa, como que quiero, *cof, cof*, y eso que no fumo...”, “Queridos amigos, empezamos con un verso de La Guacamaya, que es un son jarocho de la tierra del señor Valdivia...”); identificación relacional circunstancializada (“...su sentido del humor -de los de Valle- me gusta mucho, la pasamos muy bien, y luego alburean y vacilan. Gente muy alegre, yo creía que la gente de tierra fría no se reía ni vacilaba por el frillazo”); y posesivación activación (“...En mi tierra, ya ve como son allá por San Buenaventura, municipio de Tecolotlán, luego no le pusieron música los muchachos malditos a los papaquis...”).

Otros participantes en el programa también operan este mismo proceso de antropomorfización de los espacios, haciendo uso de ciertos recursos que favorecen ciertas representaciones de las ciudades-sujetos. Por ejemplo, el co-conductor, que utiliza la nominación-titulación por honorificación y circunstancialización temporal (“Vamos a felicitar a toda la gente de esta bella perla de occidente, Guadalajara. Hoy es un aniversario más de 464 años de haber sido fundada...”). También un presidente municipal invitado al programa, ejecuta esa misma operación a través de los recursos de circunstancialización modal (“...Hay muchos problemas en los municipios, que sean pequeños como sean grandes, los problemas son igual, muchos problemas y hay que saber enfrentarlos, y sobre todo tener la inteligencia para resolverlos”). O el mariachi, que como grupo musical invitado, a través de una de sus interpretaciones, también genera representaciones sobre la misma ciudad de Guadalajara, por medio de la puesta en práctica de diferentes recursos: nominación titulación por honorificación, circunstancialización espacial e identificación relacional con posesivación (“Hoy le canto a la tierra más bonita; ay tierra tapatía a sus rocas y batos, hoy me siento orgulloso de mi barrio, un barrio muy picudo, mi barrio de *guanatos*”, “Siento orgullo de ser gente del pueblo, de esa gente bonita, de ser persona honrada, de esa gente que dice lo que siente, que es gente *chambeadora*, que no anda con *ma...nchadas*”, “Siento orgullo si soy de la jalisco, de la Santa Cecilia, de Talpita o de Oblatos, de la *Consti* o de la Benito Juárez, de la Ocho de Julio o de la Cinco de Mayo. Miravalle, Echeverría y Polanco, Las Juntas y Las Pintas o del Cerro del Cuatro. De San Pedro, Zapopan y sus barrios. Lo más *perrón* de todo es que somos de *guanatos*”); y también identificación relacional con participación y posesivación (“A nosotros nos gustan las mujeres,

gozamos sus quereres, no somos maricones, como amigos somos los más *perrones*, si te *pasas de verde* nos sobran pantalones...”, “En deportes no somos *malinchillas*, los batos de *guanatos* le vamos a las *chivas*...”)

Representaciones sobre los espacios.

Los *espacios* son representados como escenarios con paisajes agradables, festivos, religiosos, tradicionales, con historia, e *interacciones* comunitarias, solidarias y hasta tribales; con prácticas rituales y de trabajo artesanal. Por su forma, estos espacios pueden ser pueblos, ranchos, municipios, estados o países. Los espacios rurales son presentados como lugares limpios, sanos. Mientras que las ciudades son presentadas como lugares contaminados. También se reconoce en las representaciones que hay espacios con problemas. Los *sujetos* que habitan estos espacios son representados como alegres, con humor, vaciladores, albureros. Particularmente Guadalajara es representada como un espacio con barrios bravíos; con sujetos bonitos, honrados, sinceros, trabajadores, con *pertenencia identitaria*, machos, heterosexuales, amistosos y aficionados al equipo Guadalajara.

Discursividad sobre los migrantes.

Otro de los sujetos que aparece representado en los programas analizados es el migrante. Varios son los recursos que el conductor utiliza para generar esta representación. Veamos algunos de estos: circunstancialización espacial con identificación relacional (“Quiero enviar un saludo muy afectuosos a Mexicanal, ya que gracias a ellos podemos llegar a los Estados Unidos, a muchos estados donde viven coterráneos nuestros, que saben lo que es emigrar, saben lo que es la nostalgia por el terruño, trabajar duro para venir en las vacaciones a ver a sus papá, a su mamá, a sus abuelitos, a los hijos, los nietos, los primos. Son día de fiesta. Yo lo viví en carne propia...”, “No pierdan las costumbres de sus pueblos. Vuelvan cuando puedan a las fiestas patronales de su terruño. Los va a glorificar y los va a llenar de energía para seguir trabajando en el extranjero, con amor por su tierra y amor por su trabajo en dondequiera que estén”); participación circunstancializada espacial (“Y bueno, pues andamos muy contentos porque hemos recibido muchos *electronics mails* de los United States... “); nominación con

formalización y beneficiación (“Un saludo muy afectuoso a aquellos que radican en el extranjero. Nosotros sabemos lo que es la nostalgia por el terruño. Y que gusto me da llevarles un poco de felicidad, un poco de nostalgias, de recuerdos allá donde radican. Estamos con ustedes...”)

Representaciones sobre los migrantes.

Los **migrantes** son representados como *sujetos* pertenecientes a un mismo *espacio* territorial de origen, pero radicados en otro lugar; como trabajadores, nostálgicos, con fuertes lazos de vinculación con la *institución* familiar y con las *tradiciones* religiosas de sus pueblos; y con amor por su país. Los migrantes son *audiencia* que ven el programa y que interaccionan comunicativamente a través de *medios* electrónicos como la internet.

Discursividad sobre los artistas.

Sobre los artistas se construyen representaciones a partir del uso de recursos como participación singularizada con identificación relacional (“Ah como han gustado Los Centenarios, padre e hijo tocando sus arpas, y cantando al estilo de Los Dos Oros...”); inclusión por activación (“...Fíjense nomás, en la inteligencia para hacer una salsa que gira, y así uno se acomoda sin molestarse demasiado para condimentar sus taquitos... “); circunstancialización espacial con titulación honorificada (“...homónima de una poetisa de tabasco, que murió trágicamente en Israel, pero bueno, son cosas del destino, pero una gran poeta mexicana, Rosario Castellanos. Mi hija, eres homónima de una celebridad en las letras mexicanas”); categorización con simbolización (“Los poetas, los músicos, los pintores y los arquitectos son muy enamorados ¿por qué será?”); activación con circunstancialización (“Decía Octavio Paz: “la fatalidad se transmuta en creación”. Una pena de amor, un abandono nos hace escribir unos versitos para olvidar”); nominación formal con participación (“Fíjese que me gusta mucho su manera de decir el verso, de tocar su guitarra, y dice su canción con mucha discreción, lleno de sentimiento. Me gusta mucho lo que hace”); categorización por identificación relacional (“...es algo como el trovador, es algo como el juglar, una canción íntima, bonita”); circunstancialización de forma (“...porque se están muriendo los chirmiyeros, y los jóvenes ya

quieren aprender puro “sarxofón” dijo don Camilo Martínez de Cocula, que en paz descansa”); circunstancialización con titulación por honorificación (“Cómo de un pueblo tan pequeño puede salir un marciachazo tan grandotote, digo grandotote en el sentido pues de que son tan buenos, y son jóvenes de 18, 20 años”); honorificación con identificación relacional (“Son muy jóvenes los músicos y tienen una maestría como de viejos... (Conductor-Cornelio); y nominalización formal, honorificación y circunstncialización espacial (“El señor Moisés Rosas Galán...chirimiyo mayor de San Pedro Tlaquepaque...”). El señor Valdivia como co-conductor de este programa utiliza la nominación formal con identificación relacional (“El redolblantero es Leonardo Dávila Galán, sobrino de don Moisés...”) para construir una representación de este tipo de artista, en tanto que un compositor habla de su gremio a través de los recursos de posesivación con participación (“Todos los que componemos tenemos algo, de ahí viene nuestra inspiración. Yo estoy seguro que si vienen a escucharnos, la gente, el teleauditorio, el público, no se van a enfadar, porque hay estilos diferentes”).

Representaciones sobre los artistas.

Los **artistas** son representados como *sujetos* jóvenes o viejos, de los que gustan sus *prácticas* de creación y ejecución estética, creativa, plagadas de sensibilidad, y respondiendo a estilos diferentes. Todo esto se *objetiva* en sus trabajos. Algunos de ellos alcanzan la celebridad por la obra realizada. Los artistas se encuentran clasificados como tradicionales y modernos.

Discursividad sobre el público.

En el programa de “Cantares y Costumbres”, el conductor Cornelio García utiliza diferentes recursos para generar representaciones sociales sobre los distintos sujetos asociados al programa. El público es uno de estos sujetos que, aunque no se proyecta a cuadro, sí existe como sujeto representado. Cornelio García utiliza recursos de inclusión como: formalización (“Queridos amigos ¿cómo están ustedes? “); posesivación con formalización (“Queridos amigos, muy buenas noches tengan todos ustedes”); formalización con participación (“Saludos a todos los que trabajan en la pizca de la manzana”); formalización con beneficiación (“Queridos amigos, un besote, un abrazote para todos ustedes...”); identificación por

clasificación con connotación (“Es un profesor que declama con el corazón en la mano...”); singularización-posesivación con singularización y circunstancialización espacial (“Ah, de mi amigo Bernardo Bucardo...de Temastlán Jalisco, no confundir con Tenamastlán”, “Pues yo tengo otro saludo para una paisanita mía, ella es muy pequeña, pero es de Tenamazlán, mi tierra adorada”); singularización-posesivación con singularización-circunstancialización espacial y pasivación con beneficalización (“Máximo González cantó aquí en nuestro programa...Estuvimos en Acatic, y el estuvo también, como invitado, no iba a cantar, pero es tan espontáneo que se digno cantar en un lugar muy agradable, en donde nos sirvieron un borrego al pastor...”); (Conductor-Cornelio); impersonalización-participación circunstancializada espacial-temporal (“Imagínese llegar a su casa a las nueve...a las once de la noche, después de un día muy ajetreado, y ver en su mesa tan bonita, con una tapa de cristal, ver unas flores... “, “...en la noche, con tu pareja, con tus amigos, una guitarrita, una fogatita, un tequilita, o un refresquito, cada quien”); e inclusión por participación (“...para irle tanteando el agua a los camotes, quién nos ve, quién no nos ve...”).

Un co-conductor de este mismo programa es el Sr. Valdivia. Él también construye representaciones sobre el público mediante el uso de diferentes recursos, como los siguientes: inclusión con formalización (“Muy buenas noches querido público...”, “Invitamos a nuestros amables televidentes...”); activación y beneficalización (“Él les va dar el treinta por ciento de descuento...”); formalización con pasivación (“Le vamos a informar a nuestro querido público...”); y activación y participación (“Vamos a escuchar, y comuníquense, por favor...”)

Por otro lado, el público televidente construye representaciones de sí mismo a través de sus llamadas telefónicas y sus correos electrónicos. Son variados los recursos que se hacen presentes: circunstancialización espacial, participación y nominación formal (“Le escribo desde Tepatitlán, para saludarlo. Mi nombre es José Luis López, y le mando saludos de parte de toda la familia López, para saludarlo y decirle que nos gusta mucho su programa. Lo vemos todos los martes...”); nominación formal y honorificación (“...Este correo es para felicitar al señor Cornelio García por su programa, que es muy bonito, y no me lo pierdo nunca, y quiero felicitar al señor Máximo González, de parte de Lucero reyes...”); participación (“...Me gustaría que fuera a un pueblo Huichol...”, “...invitarle a que haga unos reportajes de los pueblos del estado de Washington, donde vivie mucha gente de Tecolotlán, de Cocula, la Unión de Tula, etc., por acá encontrará mucha materia para sus reportajes...”, “...los felicito, tienen muy buen programa,

muy campirano...”, “...quisiera mandar saludos a mi familia...”, “Dice que en El Quijote se cita a la chirimía, y en su pueblo le dicen chapetilla, porque al inflar los cachetes se ruborizan, él lo sabe por tradición oral); participación con identificación relacional y beneficalización circunstancializada espacial (“Me da mucho orgullo saber que un paisano mío es el encargado de conducir unos programas que están alcanzando auge en la Unión Americana”); y participación con circunstancialización espacial (“Desde Pohenix, Arizona, saludos a Cornelio del grupo Nosotros, de música latinoamericana...”, ”...le manda un saludo la familia Gutiérrez, de Ontario California”).

Representaciones sobre el público.

Al **público** se le proyecta como *sujetos* con *interacciones* cercanas, de amistad, con los cuales se establece una relación formal. Un segmento del público es identificado por su *práctica* de migrante trabajando en un *espacio* que son los Estados Unidos. Otros segmentos son identificados como artistas con *expresiones subjetivas*; como paisanos con *identidad* compartida; como trabajadores que laboran, que cuentan con una casa y que tienen *tiempos* para relajarse; se representan también como sujetos que desarrollan la práctica de ver el programa y emitir su opinión a través de llamadas telefónicas, y que pueden obtener beneficios materiales de su participación.

El **público** de este programa se representa como un conjunto de *sujetos* con distinta ubicación *espacial*; que ven el programa como parte de su *habituación* de consumo televisivo; que reconocen la *práctica* del conductor y la importancia del programa; que participan a través de llamadas y correos electrónicos; que a través de sus *mensajes* expresan sus conocimientos, emociones, experiencias y deseos; y que creen que el programa puede ser un medio de acercamiento para la *interacción social* con otras personas del mismo público.

Discursividad sobre otros actores.

Sobre los **trabajadores del canal**, también Cornelio García también construye una representación mediante la informalización, posesivación e identificación relacional (“Así que estamos ya aquí con estos muchachos tan guapos, tan jóvenes, que son cuatro, seis, ocho, diez,

doce, catorce camarógrafos, cada quien con su cámara. Jesús castillo desde lejos los está dirigiendo”).

Para referirse a **Mexicanal**, que es la institución televisiva encargada de concretar la transmisión de los programas mexicanos en los EUA, a través de la señal de Direct TV..., Cornelio García lo hace a partir del recurso de participación con beneficiación (“Gracias a ellos nos ven un millón de televidentes de habla hispana en los Estados Unidos. Muchísimas gracias por vernos...”)

De los **investigadores académicos** en tanto especialistas habla a partir de la titulación honorificada y activación circunstancializada (“Alvaro Ochoa, investigador del Colegio de Michoacán le llama a esta zona, desde a la frontera de Jalisco con Michoacán le llama Jalmich...”)

Para referirse a las **mujeres**, el conductor utiliza los recursos de participación con beneficiación (“La panza es primero. Las mujeres cuando te quieren conquistar lo primero que te hacen es una comidita, luego una cenita, y luego un desayuno, y luego te dicen: “adiós, comes mucho”...La debilidad del hombre es la barriga”); nominación informal con diferenciación (“...luego las muchachas de ahora ya no saben cocinar”); y la singularización con nominación informal circunstancializada espacialmente (“Qué güeras en San Julián...”).

De los **presidentes municipales** habla a través de la sobredeterminación connotativa (“...bueno, pues no se rían, los presidentes municipales también pueden ser derechos y honestos”).

Sobre los **latinoamericanos**, Cornelio García realiza una representación a partir de recursos de identificación relacional con nominación informalizada (“Es que somos hermanos, todos los latinoamericanos somos carnales. Entonces, un abrazo bien afectuoso para los guatemaltecos, hondureños, salvadoreños, nicaragüenses, argentinos, somos hermanos...es la misma cultura”).

El co-conductor habla de un **taquero** invitado utilizando la nominación formalizada (“Está el señor Pedro Covarrubias González de taquería Al Pastor”); y la participación con beneficiación (“...él nos va a regalar cinco cortesías de 10 tacos”). El propio taquero invitado se refiere a sí mismo mediante la circunstancialización temporal y espacial (“Nosotros comenzamos en 1995, iniciando una taquería en la colonia de El Fresno. Posteriormente, en el 2000, abrimos otra taquería en Polanco, y en 2005 la de Atemajac...”); identificación relacional con circunstancialización espacial (“Por parte de mi esposa, todos son de allá -de Azuayo,

Michoacán...”); y a través de la activación-participación circunstancializada temporal (“Yo estuve trabajando como diez años con ellos, y pues me animé a poner mi negocio...”)

Los propios **chirimijeros** construyen median con su discurso a la construcción de su propia representación ante el público. Para esto, utilizan recursos como la circunstancialización de modo y temporal con participación (“Lo de la alfarería trabajo por cuenta propia, entonces, eso me da tiempo para cuando hay algún trabajo de Chirimía, poder ir a hacerlo...”, “Cuando nos contratan para un servicio de Chirimía, yo ya con tiempo de anticipación, ya voy tanteando mi tiempo...”, “Ya tenemos años yendo a lugares que tenemos años...Nos han invitado que a un desfile, que a una quinceañera...o a algunos novios, pues a llevarlos a la misa...”, “Mire, me dijeron que el origen de las chirimías viene desde Turquía, ya de Turquía, en seguida pasó a Arabia, de Arabia en seguida a España...ya de España se vino para acá”); y activación con circunstancialización (“...la corrida de los taxtoanes, cuando se les llama a los taxtoanes para que empiecen la jugada, entonces se toca esta música”).

De la misma manera, los **mariacheros** construyen una representación de sí mismos mediante la autonominación formal con circunstancialización temporal (“Soy músico desde toda mi infancia hasta ahorita...”); identificación relacional con circunstancialización espacial y temporal, y activación (“Mi papá también fue músico, originario de Acatic. Su nombre fue Pioquinto Moya, en paz descanse, fue compositor del corrido de Quirino Navarro, un corrido que es base de la serie de los cristeros...”); y titulación por honorificación y simbolización (“Ninguno fuma, ninguno toma -de los mariachis”).

Un sujeto como **la suegra** es construido a través de la representación, generada por los propios mariacheros a través de la letra de una canción. En ella utilizan recursos como la identificación relacional (“Qué levante la mano el que no quiere a su suegra...”); simbolización y des-posesivación (“Cómo quisiera que mi suegra se volviera lagartija, para fregármela pedradas y quedarme con sus hijas”); y activación y beneficalización con simbolización (“Ah cómo quisiera que mi suegra se subiera en un pez bagre, y en el lago de Chapala se rompa toda la madre”, “Cómo quisiera que mi suegro se volviera un balero para darle muchas vueltas y picarle el agujero”).

Un **trabajador** que construye productos de neón crea su autorepresentación con recursos de circunstancialización temporal y espacial, con participación, identificación relacional y posesivación (“...Ingresé al conjunto de la gente que lo estaba haciendo (anuncio de neón), y me

dejé al artista, que en este caso era una persona que estaba haciendo el gas neón, lo que es el doblar el vidrio. Ese artista Eduardo Plaza, un ingeniero, y aprendí de él ese arte...Allí aprendí esta cuestión, que me hace vivir durante 50 años, de ello, bien que mal...Sí tengo muchas obras, aquí y en el extranjero de lo que es el gas neón”).

Para referirse al **tiempo**, el conductor utiliza la identificación relacional (“El tiempo en latelevisión y en el amor es cruel”)

Las representaciones sobre otros sujetos.

Trabajadores del canal. Los trabajadores del Canal 7 son representados como *sujetos* jóvenes, numerosos y con equipo técnico. **Mexicanal**, es representado como *sujeto institucional* que cumple la función de ser el *medio* para establecer la *interacción* televisiva entre el *programa* televisivo y la *audiencia* televisiva de los EUA. **Los especialistas.** Se representan como *sujetos* estudiosos, indagadores y capaces de desarrollar una *práctica* de nominar realidades. **Las mujeres**, son representadas como *sujetos* que desarrollan la *creencia* y la *práctica* de la seducción a los hombres a través de la comida, que aunque como práctica no la desarrollan adecuadamente, sin embargo, es útil como recurso que se dirige a satisfacer una *necesidad* elemental de éstos. **Los políticos.** Los presidentes municipales son representados como *sujetos* con *prácticas políticas* correctas, contrarias al *imaginario social*, que les asocia con prácticas deshonestas y corruptas. **Los latinoamericanos**, son representados como *sujetos* en hermandad, que aunque provenientes de diferentes países, comparten la misma *cultura*. **Los taqueros**, son representados como *sujetos* singulares, con iniciativa, con una *práctica* concreta situada espacial y temporalmente y dispuestos a ciertas *interacciones* con los *medios* en busca de ganar clientes. Su práctica es representada con como exitosa y expansiva. **Los chirimiyeros**, son representados como *sujetos* con *prácticas* combinadas de artesanía y música; planificadores de sus prácticas; participantes en eventos de *ritualidad* social y religiosa; y con *orígenes históricos* lejanos. **Los mariacheros**, son representados como *sujetos* cuya *práctica* responde a una *tradición* familiar ubicada espacialmente; son intérpretes de música tradicional y *popular* mexicana; son constructores de *narrativas* sobre personajes significativos en la *cultura* de un pueblo y un movimiento; y con unas prácticas saludables, alejadas de los vicios. **La suegra**, es un *sujeto* indeseable para los hombres; generadora de *creencias* y deseos negativos en los

hombres; y que desarrolla *prácticas* de posesión y cuidado de sus hijas. La suegra es un sujeto al que se desea las peores experiencias; susceptible de ser agredido y despojado de las hijas en tanto *objeto de deseo*. El propio **suegro** es representado como un sujeto al que hay que agredirle sexualmente. **El trabajador del Neón**, es representado como un *sujeto* creativo, artístico, vinculado a otros sujetos en *interacciones* de aprendizajes de este arte. Representación de alguien con una *práctica internalizada* que se ha objetivado en *productos* de exportación y proyección artística en el exterior del país. **El tiempo**, el tiempo televisivo es representado como un *sujeto* que se caracteriza por no perdonar, por ser despiadado.

3.7.3 Programa *Estrategias al Cubo*.

Discursividad sobre el especialista.

El conductor construye una representación a través de una discursividad, haciendo uso de recursos variados: participación con identificación relacional y beneficalización (“...contamos con una persona que su trabajo habla por sí solo y es una muestra de la congruencia y el trabajo que ha venido desarrollando no sólo en favor de las mujeres, pero sí a favor de las familias, de los niños, de los adolescentes...”); nominación con titulación-honorificación y participación (“La Dra. Martha Villaseñor Farías es maestra, desde hace 20 años en el Centro Universitario de Ciencias de la Salud, es egresada de la licenciatura en medicina, con especialidad en terapia familiar, y otra especialidad en el enfoque social de la salud reproductiva. Hizo sus estudios de posgrado en el área de ciencias de la salud pública. Doctora en Ciencias de la salud con orientación sociomédica. Imparte clases tanto en el pre-grado como el posgrado. Actualmente se desempeña como consejera ciudadana del Instituto Jalisciense de la Mujeres, ha desarrollado labores docentes en diversas universidades tanto públicas como privadas en el ITESO, en la UNIVA *campus* Jalisco y Michoacán, así como en las universidades de San Luis Potosí y Autónoma de Aguascalientes. Sin duda una persona que se ha destacado por sus trabajos, sus investigaciones, diversas publicaciones en el ámbito local, nacional e internacional en diferentes temas de salud pública. Para ella la investigación es una de las áreas más satisfactorias ya que le permite poder desarrollar diferentes alternativas de prevención a los problemas de la salud en la comunidad jalisciense y al nivel nacional. No terminaríamos maestra, pero es tan sólo una

semblanza del trabajo de la Dra. Martha Villaseñor, bienvenida”, “Mario Guzmán, psicólogo por la universidad de Guadalajara, cuenta con una maestría en psicología, por la universidad Ramón Lull, en Barcelona España. También ha cursado estudios de posgrado en filosofía en esta misma universidad...profesor de psicopatología en la Universidad Tecnológica de México, UNITEC, psicoterapeuta de adolescentes y adultos, conductor del programa radiofónico, En Confianza...Ha participado en diferentes foros de expresión de temas psicológicos...”); posesivación con honorificación (“...llámenos, y comenten sus dudas con nuestros especialistas”); identificación clasificatoria (“Qué importante un diagnóstico oportuno que nos permita diferenciar qué tipo de tratamiento...”); nominación con honorificación y clasificación (“Entonces, sí voltear a buscar a un especialista en salud mental...”, “...la sugerencia que vayan a una evaluación con un especialista de salud mental”, “Me llama la atención que a los 5 años esté presentando eso, entonces habría que ver si no hay alguna otra cosa, que vaya con un especialista en niños, un paidopsiquiatra o un psicólogo especialista en niños, para que a través de algunas evaluaciones pueda ver si hay alguna otra cosa alrededor de este niño”, “¿Qué se sugiere? Que se someta a una nueva evaluación por un especialista de salud mental para ver si es una cuestión que requiere solamente un manejo con psicoterapia o si requiere un manejo farmacológico”, “...lo mas adecuado, la conducta que debe de ser es mandarlo con un especialista de salud mental, ya sea a psicoterapia o evidentemente con el psiquiatra”); participación con beneficalización (“...si esto no lo atendemos como se debe de atender, con el tratamiento que ya está bien claro que se debe de aplicar, como cualquier otra enfermedad, puede tener complicaciones. Y una de las complicaciones más graves, más serias...son los suicidios”); y posesivación con beneficalización (“Ahorita contamos con medicamentos extraordinarios que pueden tomarse sin ningún riesgo de causar adicción”).

Los propios especialistas invitados al programa contribuyen, con su discursividad a construir una representación de sí mismos. Por ejemplo tenemos el caso de una invitada que utiliza la colectivización con beneficalización (“Todos –los profesionistas, tenemos que apoyar las reformas legislativas que hagan posible una convivencia en equidad de género...”)

Representación sobre el especialista.

Es un **sujeto con especialización** en diferentes campos. Desarrolla sus *prácticas* de trabajo buscando beneficiar con esta labor a diferentes sectores de la población. Para lo cual pueden apoyar iniciativas que favorezcan el mejor vivir de sus pacientes. Los especialistas pueden ser maestros universitarios, investigadores, publican textos, participan en medios de comunicación. Como especialistas, escuchan dudas, evalúan, diagnostican, indican tratamientos, recomiendan medicamentos, y de esta manera evitan problemas más graves a sus pacientes, como la muerte.

Discursividad sobre la mujer.

La mujer es representada discursivamente por el conductor a través de recursos como los siguientes: circunstancialización modal, espacial, temporal y relacional, de participación e identidad relacional (“¿Qué condiciones tienen las mujeres hoy en día? ¿Han recuperado espacios en el área productiva, en el área profesional? ¿Cuál es el trato que recibe el ama de casa hoy en día ante la diferente promoción de los medios de comunicación de los casos de violencia intrafamiliar? Tenemos que ver cómo esta llegando la mujer al siglo XXI. ¿Bastara con un día internacional? ¿Qué acciones tendremos que realizar para poder reivindicar los derechos de las mujeres, lograr relaciones de equidad y de género que permitan relaciones más armoniosas?”); circunstancialización temporal con participación (“En el año de 1978 en Chile, las mujeres celebran el 8 de marzo bajo la dictadura de Augusto Pinochet”, “En 1986, en Chile, con la consigna ‘no más porque somos más’, el movimiento de mujeres realiza una marcha que es reprimida con bombas lacrimógenas por la policía”, “En 1987, en Tanzania, un grupo de periodistas funda la asociación de mujeres periodistas para contrarrestar los mensajes sexistas en los medios de comunicación industriales”, “1989, en Holanda, surge el partido de las mujeres...”); circunstancialización con participación (“...Hasta en 7 millones de hogares mexicanos la mujer trabaja la doble jornada”).

Por otro lado, una especialista invitada también construye una representación discursiva de la mujer a través de recursos como determinación por diferenciación con identidad relacional (“En el mundo no hemos logrado la equidad entre hombres y mujeres. Qué quiere decir equidad: que haya igualdad de derechos, igualdad de valores y oportunidades para el trabajo, para un salario digno, para la no violencia...”); circunstancialización con participación (“...dificultades que muchas mujeres día con día enfrentan al tratar de salir adelante...”); diferenciación con

identificación por clasificación (“...le seguimos dando un valor diferenciado a lo que es femenino, a las mujeres...No es sólo lo que los hombres piensan o hacen, sino también lo que las mujeres pensamos y hacemos... “;“Devaluamos nosotros mismas el sentido de ser mujeres”, “...la situación de diferenciación, la manera en que vivimos en forma diferente hombres y mujeres nos expone a situaciones de riesgo, de enfermedades, y de formas de sobrevivir y morir, diferentes”, “Las mujeres estamos enfermando muchas de las veces, y muriendo, por causas plenamente prevenibles, que se consideran señales de subdesarrollo y de inequidad en los países. Estos son, por ejemplo, el cáncer cérvico uterino y el cáncer de mama”); circunstancialización con activación (“...a las mujeres se nos permite más la expresión de los sentimientos que a los hombres “); pasivación (“La violencia...es en escalada...va aumentando y cambiando sus formas”); circunstancialización con pasivación subjetiva (“Tú tienes que hacer lo que tu marido, primero tu papá y tu mamá, y luego tu marido, y siempre en una situación de dependencia, entonces, eso crea a las mujeres una situación de mucha vulnerabilidad”, “Muchas, en diferentes sectores, aun hoy en día, sus esposos les niegan la posibilidad, se les prohíbe, que se vayan a hacer el examen de *papanicolau*”); activación con participación (“Mujeres y hombres estamos permitiendo con nuestro comportamiento, con nuestras actitudes la desigualdad de género, y las mujeres estamos contribuyendo, pero no somos las únicas, ni se puede mencionar como culpa”); circunstancialización espacial (“A veces creemos que la violencia de género está en las musulmanas, está en las mujeres de otros mundos o de otros países, o de nuestro país está en otro estado, pero lo tenemos aquí, en Jalisco, en nuestras casas, en las escuelas”); indiferenciación con participación (“La reproducción humana no la debemos dejar como tarea y responsabilidad sólo de las mujeres...Es un asunto de todos”); categorización identificativa por clasificación (“Habría que ver, las personas que hablan de extremos ¿dónde han pintado la raya de lo que se vale y no se vale?...”); participación con clasificación e identificación relacional (“Si se refieren a feministas como aquellas que luchan por los derechos de las mujeres, el derecho al voto, el derecho a la no violencia, el derecho a la igualdad de salarios, el derecho a que el trabajo doméstico sea valorado socialmente, que sea tomado en cuenta, pues sí, es una cuestión feminista”); inclusión por posesivación (“No, es que no ocupamos sentirnos importantes, somos importantes, tan importantes como los hombres”); circunstancialización con clasificación (“...las mujeres hemos logrado muchos espacios, tenemos muchas situaciones de avance, hay puestos políticos, se accede a la escuela. Pero hay que pensar que las mujeres en

nuestro país van desde la frontera norte hasta la frontera sur, y que no todas las mujeres han tenido las mismas oportunidades es que tenemos algunas mujeres. Y que entonces hay que reconocer estas diferencias en las vivencias de mujeres...entonces se suman desigualdades, desigualdades que tienen que ver con la clase social, con la etnia, más aparte las situaciones que tengan que ver con género”); y participación con identificación relacional y beneficalización (“Con cambiar hacia mundo de equidad de género, más que pérdidas, tenemos muchas ganancias. Entonces, créanme, que de veras, que el vivir en un mundo de equidad y de no violencia, nos va a beneficiar a todos, nos va a dar una mejor calidad de vida, nos va a hacer sentirnos más felices, más íntegros como personas, y el país con más posibilidades de desarrollo”).

De parte del público también se desarrolla una contribución a la construcción discursiva de la representación de la mujer. Entre los recursos que el público utiliza se encuentran: la participación con diferenciación (“La mujer ha evolucionado mucho ahora, es más independiente, y existen hombres que no han podido lidiar con esto. Por lo cual pueden llegar a reaccionar de manera inadecuada, lo cual no es justificable”); circunstancialización temporal con participación diferenciadora (“Las mujeres en el siglo XXI sí han evolucionado, pero creo que nosotras las mujeres somos responsables de la desigualdad que aún existe, porque somos las que educamos a los varones como diferentes”); participación beneficalizadora (“El papel de la mujer es fundamental para la humanidad y para la familia, por las exigencias que actualmente existen...”); circunstancialización con pasivación (“La violencia se hace cada vez más sutil, pero no hay grandes cambios en relación a la mujer”); posesivación con activación (“Entre más poder tenga el hombre, más agrade a la mujer”); identificación clasificatoria (“Sí, se ha superado la mujer, pero falta más”); circunstancialización con determinación por diferenciación (“Aunque sí se han dado más oportunidades a las mujeres, aún existe la discriminación, por ejemplo en los trabajos, cuando piden pruebas de no embarazo o no tener la plaza y contrato definitivo si llegas a embarazarte”); categorización por funcionalización (“Me gustaría que el programa se enfocara no sólo a las mujeres profesionistas, sino a las amas de casa”, “Se podría iniciar a emplear trabajadores domésticos, hombres no mujeres, esta es su propuesta para el inicio del cambio”); circunstancialización con diferenciación y pasivación (“Es muy difícil ser mujer, porque mi padre, hermano y demás varones, en mi vida siempre me decían qué hacer, ahora a mis 42 años he querido liberarme un poco, pero la sociedad lo califica como ridículo. Creo que a muchas

mujeres de mi generación nos faltó vivir la adolescencia, todo es cuestión de etapas”, “...todavía continua la discriminación hacia las mujeres, ya que al buscar empleo y estar en capacitación en una empresa, los encargados se mostraban groseros, nos decían que no valíamos, que no éramos capaces de hacer las cosas bien. Qué mal que todavía suceda esto“); identificación relacional y física con beneficalización subjetiva (“...para mí ser mujer es el mejor regalo que la vida me ha dado, y creo que cuando una mujer tiene la suficiente autoestima, puede lograr todo lo que quiere ser feliz”); y participación con indiferenciación (“...el día que tanto hombres como mujeres reconozcamos que tenemos una adicción a la violencia podrán disminuirse los misóginos. Pues hay que reconocer que en la violencia a la mujer, las mujeres tienen el 50% de la responsabilidad por permanecer allí, y por lo tanto también estamos enfermas...”).

Representación sobre la mujer.

La mujer es un *sujeto* que se desenvuelve en contextos cambiantes. Tiene formas de vivir, sobrevivir y morir diferente a las de los hombres. Su propia *subjetividad* es diferente. Cumple diferentes *roles sociales*, incluido el doméstico, y desarrollan una doble jornada. Mantienen relaciones de *interacción* dependientes, que las hace *social* y *culturalmente* vulnerables. Algunas mujeres sufren *prácticas* de violencia intrafamiliar de diverso tipo. Generalmente, las propias mujeres colaboran en su proceso de devaluación social. Su imagen es proyectada de forma sexista por los *medios de comunicación*. Se ha *institucionalizado* un día internacional dedicado a ellas. En diferentes países se han manifestado exigiendo sus derechos; han formado movimientos y organizaciones; y reivindican derechos y buscan condiciones de equidad de género. Estas circunstancias se encuentran presentes aquí en nuestro estado. Se han logrado avances en la condición de las mujeres, pero estos ni han sido suficientes ni las han beneficiado a todas.

Discursividad sobre el hombre.

El hombre es otro sujeto discursivizado a partir e la discursividad de los participantes en el programa. En la construcción de esta representación social se utilizan diferentes recursos. Podemos reconocer los que siguen: inclusión por beneficalización (“Y se escuchan voces donde

dicen, okey, yo te dejo trabajar siempre y cuando tú me tengas arreglada la casa...”); categorización por identificación física (“...se les admite que sean más bruscos, que inclusive sean violentos...”); inclusión circunstancializada y de activación (“...cuando se empieza a crecer, no se tiene la manera de expresar los diferentes sentimientos que se tienen como hombre más que el enojo”, “Entonces él aprende a resolver mediante el enojo y mediante la violencia verbal o física muchos de sus conflictos..”); categorización por identificación clasificatoria (“...sentir tristeza, llorar, sentir problemas, no te hace menos hombre, como a la mujer, llorar y no ser de carácter fuerte, tampoco la hace ser más valerosa”, “El individuo no es menos, ni deja de valer, ni pierde su posición como hombre o mujer, o su tipo de preferencia sexual no cambia porque agarre un plumero, porque agarre una escoba...”); determinación por disociación (“...pero el feminismo ha ayudado para también visibilizar las imposiciones y la violencia social ejercida contra los hombres, al no dejarlos ser, seres humanos planos, seres humanos completos...”); y de sobredeterminación simbólica (“...pero a veces ese poder sólo es imaginado, a veces ese poder no es real...ni en lo público ni en lo doméstico”).

Representación sobre el hombre.

El hombre es un *sujeto* que mantiene el *poder* real o imaginario. Esto le permite decidir sobre la mujer. Socialmente se exige que sean bruscos, violentos. Se les impide expresar sus la *subjetividad* de sus sentimientos, lo que les lleva a *objetivarlos* en enojo y violencia. Los hombres también sufren violencia e imposiciones sociales. Bajo estos *contextos*, los hombres no se pueden constituir en seres humanos completos.

Discursividad sobre grupos socialmente vulnerables.

Los sujetos vulnerables son contruidos discursivamente mediante el uso de recursos como circunsatancialización de identificación clasificatoria (“...95% de los casos de violencia intrafamiliar se cometen en contra de las mujeres, los ancianos, los discapacitados, los niños, y que muchas veces se encuentran en condiciones vulnerables”).

Representación de grupos socialmente vulnerables.

Los **sujetos socialmente vulnerables** son aquellos que sufren prácticas de violencia en la familia por su edad, sexo o sus condiciones físicas.

Discursividad sobre instituciones.

Son varias las instituciones las que son representadas en los discursos de diferentes actores. El conductor se refiere a las instituciones en general a través de los recursos de la participación-beneficialización (“Nosotros creemos que es muy importante el apoyo a las instituciones...”).

Mientras que el productor habla de la institución matrimonial por medio de la sobredeterminación por inversión con activación (“El matrimonio formalizado ha perdido importancia, donde la cohabitación sin el matrimonio ha aumentado. Estos cambios han influido en la formación de la familia en general, y han dado lugar, en particular a una disminución del número de mujeres casadas, además el número de divorcios ha aumentado”).

La virginidad es considerada por los especialistas como una institución que se representa por medio de recursos de posesivación y pasivación con subjetivación (“...Tú como mujer te tienes que mantener virgen hasta el matrimonio”).

A la familia, en tanto institución, una invitada se refiere a través de recursos discursivos como participación con beneficialización (“Yo creo que tenemos que cambiar hombres y mujeres, y la familia en conjunto, para educar a hombres y mujeres en una forma de relación más equitativa, más igualitaria, de respeto”); y la participación con diferenciación (“...contribuyen las madres, los padres, toda la familia en conjunto, para ir creando estos modelos de ser mujeres y de ser hombres...”)

Las instituciones de salud son discursivizadas a través del discurso mediante los recursos de participación con identificación relacional (“...afortunadamente los sistemas de salud están prestando mucha atención a esto que está pasando con la salud mental...”)

También se utilizan recursos por parte del conductor para discursivizar a las instituciones, como los de funcionalización (“...por supuesto que debe de aplicarse todo el peso de la ley...”); y por parte del especialista la titulación por honorificación y activación (“...cuando un niño es abusado sexualmente el primer paso es la des-dramatización, poder acudir con un profesional,

que se haga un trabajo con el niño y con la familia...”, “¿Es necesaria la terapia para ambos, tanto víctima como agresor?”)

Representación sobre instituciones.

Instituciones. Son instancias que deben ser apoyadas para que cumplan su función. **La familia**, es una *institución* en donde se desarrollan prácticas educativas sobre los *sujetos* favoreciendo la inequidad, además de que crea *modelos* sobre lo que significa ser hombre y ser mujer. **El matrimonio** es una *institución* que ha perdido peso social, mientras que otras formas de cohabitación se manifiestan, lo que ha modificado también el sentido de la institución familiar. **La virginidad**, es una exigencia social hasta el matrimonio. **Instituciones de salud**, están cumpliendo una función importante para el cuidado de la salud mental a través de sus profesionales.

Discursividad sobre el sujeto pedófilo.

Sobre el pedofilo se construye una discursividad que posibilita su representación por parte del productor considerando el uso de recursos como los de identificación relacional simbólica (“...entendiéndose, entonces (la paidofilia), como la inclinación de las personas a sentir atracción sexual primaria hacia niños o pre-púberes...la paidofilia es una cronofilia, es decir, atracción en la que la edad del sujeto es discordante con la edad del objeto de la atracción sexual. Las personas que sienten atracción erótica y emocional hacia menores preadolescentes, con énfasis en lo emocional, y que nunca consumirían un acto sexual con el o la menor, se le suele llamar *child lover*, amante de niños. La pedofilia se define como fantasías sexuales recurrentes y altamente excitantes, impulsos sexuales o comportamientos que implican actividad sexual con niños de 13 años o menores...estas fantasías e impulsos sexuales, provocan un malestar clínicamente significativo o un deterioro social, laboral o de otras áreas de la actividad del individuo...”)

El conductor también genera una discursivización que permite la representación del pedófilo a través de recursos de identificación relacional (“...algunas personas dicen: ‘los homosexuales abusan de los niños’”).

Por su parte, el especialista utiliza recursos como los siguientes: activación simbólica (“El paciente pedófilo mantiene fantasías, impulsos o conductas sexuales con niños pre-púberes”); identificación por clasificación (“...tomamos toda relación sexual, menor de los 18 años como pedofilia”); diferenciación con identificación física (“...las consecuencias que puede tener una relación sexual, homosexual o heterosexual, entre un señor de 30 años y un niño de 4 años, son muy diferentes a las que va a tener ese mismo señor con un joven de 18 años”); participación singularizada (“Tenemos pacientes con el trastorno de la pedofilia que es de tipo exclusivo. Lo que quiere decir es que toda su actividad sexual va dirigida única y exclusivamente a niños pre-púberes”); indiferenciación por identificación relacional (“...el trastorno no es exclusivo de varones. También hay mujeres con este trastorno”); diferenciación con identificación relacional y simbólica (“En el caso en que las damas presentan este trastorno, la consecuencia va a ser más grave, por el aspecto simbólico mental de la relación entre la madre y el hijo. Se ha visto que las consecuencias terminan siendo más graves que cuando el abuso es del padre hacia uno de sus progenitores”); categorización por identificación relacional (“El 90% de los casos de un abuso sexual, de un problema de pedofilia se dan con parientes de primer grado, es decir con papá, mamá, tío, tía, primo, hermano, hermana. El otro 10%, de alguna forma, es alguien allegado al niño...); identificación por clasificación (“...hay pedofilos activos y pedofilos latentes. Esto quiere decir, aquel que ya lleva el acto sexual con el niño, y aquel que solamente está dentro de las imágenes y los impulsos pero que aún no ha tenido el contacto sexual con los niños. En el primer caso hablamos de pacientes egosintónicos, esto quiere decir que ellos no tienen conciencia de enfermedad, que ellos consideran que su conducta es normal, incluso vemos un proceso de racionalización muy importante en ellos...En el segundo, en el que es el pedófilo sí se puede desarrollar la conciencia de enfermedad. Y ahí sí veríamos que hay una mayor probabilidad de éxito en el tratamiento. Sin embargo, tenemos que aclarar que es un trastorno muy grave, que además de este trastorno, hay trastornos concomitantes...”); determinación por indiferenciación (“Quitarnos esa imagen de que el paciente con un trastorno pedofilo es un monstruo...los pacientes que tienen este trastorno pueden ser de cualquier situación económica, de cualquier situación social, de cualquier situación cultural. Incluso lo hemos visto en líderes

sociales, líderes políticos, religiosos. Esto quiere decir que el trastorno va más allá del imaginario colectivo”); pasivación circunstancializada (“El paciente con un trastorno pedófilo normalmente fue abusado, fue víctima de un abuso sexual en la infancia, mas no todos los pacientes que son abusados en la infancia van a desarrollar la pedofilia...”); posesivación y participación (“...cuando me refería que esto es un trastorno grave, cuando hablamos de esto no es para endemoniar al paciente, para darle una imagen de demonio, no. Cuando hablamos de un trastorno grave es porque hablamos de que su tratamiento y su pronóstico va a necesitar ser muy especializados...”); posesivación clasificatoria, subjetiva (...son personas que tienen problema en su autoimagen, que tienen relaciones y problemas con impulsividad, y que hay una gran inestabilidad en todas las áreas de su vida. Por eso está el encuentro pedófilo, en la mayoría de los casos, no quiero decir que en todos. Porque ese encuentro pedófilo ayuda a tranquilizar esa inestabilidad, al sentir que ellos pueden tener el control en esa relación, que es más fácil obtenerlo que en una relación adulta”); circunstancialización con identificación relacional (“El paciente pedofilo normalmente... fue abusado sexualmente en la infancia. Por lo tanto las víctimas que va a escoger este paciente, normalmente, sus preferencias son víctimas de la misma edad en la que fue abusado...y este encuentro, y este ir y venir con las víctimas, lo he llamado yo “función sanatoria”, porque es un intento de la mente de ir y volver, es un aprendizaje, es tratar de sanar aquel evento que hubo en el pasado...es un intento fallido, y al ser un intento fallido, se convierte en un círculo vicioso, que lo va a hacer ir y volver...hasta que se genere un condicionamiento, y este paciente pierde el control de lo que esta pasando”); identificación por clasificación (“...pedofilos latentes...tienen fantasías sexuales con pre-púberes, que tienen impulsos sexuales con prepúberes...y terminan necesitando este tipo de estímulos para obtener satisfacción sexual”); circunstancialización y categorización por funcionalización “...hay algunos sacerdotes que han caído en estos problemas...pero estamos hablando de un trastorno del desarrollo psicológico. Esta persona tuvo un momento en su desarrollo psicológico que se vio interrumpido en esta parte de la sexualidad y la afectividad, y lo desarrolló, independientemente si es sacerdote, psicólogo, médico, político, lo que sea, aquí va más allá de la profesión”).

El público también ayuda a la construcción de representaciones sobre el paidofilo, utilizando recursos como el de titulación por afiliación (“¿Porqué causas una persona puede llegar a padecer este trastorno, y como padres cómo podemos hacer para proteger a nuestros

hijos, tanto de que puedan sufrir un abuso como de llegar a convertirse en un pedófilo?”, “¿Los sacerdotes tienen la conducta paidófila?”); circunstancialización con activación (“A los 9 años tuve relaciones sexuales con una niña de 3 años. Esto me ha traído muchos problemas ¿qué hago?”); circunstancialización con funcionalización (“¿Los medios de comunicación podrían influir en la aparición de ese trastorno?”); e identificación relacional y afiliación (“Tengo un hermano de 25 años y es homosexual, le gustan los niños de 11 a 13 años ¿Es pedófilo?”, “Se encontró a su esposo alcoholizado tocando a su hija de 5 años ¿podría avanzar esta conducta? ¿se puede tratar?”).

Discursividad sobre el sujeto pederasta.

Sobre el sujeto pederasta el especialista construye una discursivización que promueve una representación mediante el uso de recursos como participación con identificación relacional (“En la pederastia vemos personas que mantienen relaciones de tipo homosexual con púberes...que ya están dentro de la adolescencia”); categorización clasificatoria con identificación relacional y física (“Y tenemos el tipo no exclusivo: que puede ser un adulto, que puede tener una relación sexual con una persona de su misma edad, bien sea heterosexual o de tipo homosexual, puede estar casado, puede tener hijos, y además quienes hasta desea esta actividad sexual con niños pre-púberes”).

Representación del sujeto pedófilo y del pederasta.

El pedófilo es un *sujeto* que siente atracción hacia niños, que incluye fantasías y prácticas erótico-sexuales, que de no realizarse provocan un deterioro social y emocional en quien tiene esta orientación. Los pedófilos son sujetos enfermos. Existe la creencia de que los homosexuales son paidófilos. La pedofilia puede provenir de ambos sexos y de diferentes clases y roles sociales. Los pedófilos generalmente buscan su objeto de placer en familiares cercanos. Existen diferentes tipos de pedófilos, aunque comparten el ser impulsivos, inestables, inseguros, buscan el control. Por lo regular toda su práctica tiene su origen en un abuso sexual que estos sujetos sufrieron cuando niños. **El pederasta** es un sujeto se caracteriza por mantener relaciones homosexuales con otros sujetos púberes..

Discursividad sobre el niño y el púber abusado sexualmente.

Sobre el sujeto menor de edad abusado sexualmente el conductor lo discursiviza representa a través de los recursos de identificación física y simbólica (“...que el niño comience a diferenciar qué parte de su cuerpo debe ser tocado, qué parte de su cuerpo, aún siendo el abuelito, el tío, no debe de ser tocado”); y de determinación por asociación con simbolización (“...empieza a haber un aislamiento social. Empiezan a haber estados de ánimo ansiosos-depresivos. En el caso de las niñas hay un dato muy significativo, ellas empiezan a decir que algo se les rompió en su interior, que algo se les rompió en su interior, que algo está roto, que algo ya no va a funcionar, que ellas ya no van a poder ser mamás”).

Mientras que el especialista utiliza otros recursos, como el de circunstancialización y disociación (“Muchas veces el niño todavía no ha desarrollado el concepto sexual que tiene el adolescente o que tiene el adulto. Él sabe que algo sucedió mas no llega a darle esa carga psicológica, afectiva, imaginativa al acto. El problema es cuando el padre reacciona ante la situación...”)

El público también construye discursivización que posibilita la representación sobre el sujeto sexualmente abusado. Los recursos que utiliza para hacerlo también son diferentes: circunstancialización con sobredeterminación simbólica (“...la persona que fue abusada durante su infancia, queda marcada, por lo que es importante que se mantenga una buena comunicación con la familia para lograr superar ese evento”); categorización clasificatoria (“Yo deseo que se aborde el tema de abuso sexual a personas con capacidades diferentes ¿Esto también sería una parafilia?”); circunstancialización con pasivación y subjetivación (“Cuando tenía 4 años me violó un señor, crecí con odio hacia él. Ahora me habla y me saluda como si nada hubiera pasado. Aún ahora sufro mucho por eso ¿Es normal que lo sienta a mi edad?”); y circunstancialización con subjetivación e identificación relacional (“...una prima tiene 30 años...reveló a su familia haber sido abusada por su tío hace 22 años. Su mamá y ella están como si fuera recientemente”, “...Tiene una hija de 13 años, la cual fue abusada a los 2 por su padre, se divorciaron, comparten la custodia, pero tiene duda, ¿debe revelar esto a su hija? ¿Cómo le afectaría? ¿Lo callo? ¿Cómo le afectaría si ella se entera?”, “Tiene un hijo que no quiere ir al internado al cual acudía anteriormente, no sé por qué ¿Cómo puedo darme cuenta si

alguien fue abusado y cuáles el teléfono del invitado?”, “Mi hija fue abusada cuando tenía 5 años, ahora tiene 33...me enteré de eso hace unos meses porque le platicó a su hija...”).

Representación sobre el niño y el púber abusado sexualmente.

El *sujeto que es abusado sexualmente* por el pedófilo o el pederasta puede ser un niño o un púber. Éste manifiesta *indicios* que *objetivan* la presencia de abusos sexual como la *práctica* del el aislamiento, y los estados de ansiedad y depresivos. El sujeto que sufre el abuso sexual no tiene conciencia plena del sentido de este abuso, pero esta *experiencia* queda es *interiorizada* y *sedimentada* en su memoria para toda su vida.. Para evitar el abuso sexual el sujeto debe aprender a conocer su cuerpo y ha reconocer el significado del contacto corporal con otras personas. La *comunicación* es muy importante para prevenir y enfrentar la situación de abuso sexual.

Discursividad sobre el padre del niño o púber abusado sexualmente.

El padre del niño abusado es representado por el conductor a través del uso de los recursos discursivos como los de subjetivación y simbolización (“...porque muchas veces, en términos de esa impulsividad, el padre de familia llega a comprobar las profecías que el agresor hacia...”). En tanto el especialista participación con categorización por funcionalización (“...no hay que ser alarmistas en esto, sí hay que hablar con los niños de acuerdo a su edad, hay que explicarles lo que es el tema, pero también hay que explicarles que hay gente buena...y que hay ciertas cosas que se pueden permitir dentro del contacto familiar “).

Representación sobre el padre del niño o adolescente abusado sexualmente.

El **padre del niño** que ha sufrido abuso sexual es un *sujeto* que por lo regular se comporta impulsivamente al conocer los hechos. Su *práctica*, en cambio, debería estar orientada a *interaccionar* con él para proporcionarle información y explicaciones.

Discursividad sobre el sujeto con pánico.

El productor genera una representación sobre el paciente con ataque de pánico, a través del uso de recursos discursivos de subjetivación, activación e identificación por clasificación (“Por lo regular un ataque de pánico dura varios minutos, se puede considerar una de las situaciones más penosas que puede experimentar una persona. Casi todos los que sufren un ataque, sufrirán otros más. Cuando una persona sufre continuos ataques o siente unas fuerzas le da miedo por tener otro ataque. Se dice que este es un ataque causado por pánico. Las personas que sienten ataques causados por pánico, pueden necesitar tratamiento para otros problemas emocionales. La depresión se asocia frecuentemente con los problemas causados por pánico, de la misma manera que el abuso de alcohol o de las drogas. Frecuentemente se ha llegado a la conclusión de que el suicidio es más prevalente entre las personas que sufren trastornos causados por pánico. Afortunadamente los problemas asociados con el trastorno causado por pánico, así como estos mismos pueden resolverse...por desgracia muchas personas que sufren problemas causados por trastornos de pánico no reciben tratamiento alguno...”);

El conductor también favorece la creación de representaciones sobre este tipo de pacientes mediante el uso que hace de recursos discursivos como la activación subjetiva y simbólica (“Qué pasa en esa simbolización en su cabeza, donde a lo mejor un animal tan pequeñito puede generar tantos estragos, a través de una representación mental...tendríamos que valorar qué se está enmascarando detrás de estos síntomas”); y la categorización de identificación por clasificación (“Hay otras categorías, donde es la fobia social que, justamente, le cuesta mucho trabajo, y temor, ansiedad generalizada interactuar con personas en público, o También puede no tratarse de una fobia, y simplemente sea un déficit de habilidades sociales...”)

Los especialistas también contribuyen con sus discursivizaciones a la construcción de representaciones sobre el paciente que sufre ataques de pánico. Utilizan recursos como posesivación (“...la persona que lo está padeciendo está sufriendo. No se está inventando una enfermedad”); posesivación con activación e identificación clasificatoria (“Una persona con ataques de pánico, con crisis de angustia, es tal el temor que experimenta que puede, en el peor de los casos, buscar el suicidio como una salida para este dolor que está teniendo. Se puede complicar con cuadros depresivos, puede tener un deterioro significativo en sus actividades, en sus relaciones interpersonales, laborales, etc. Complicar...alguna condición médica que ya

exista...”); participación con beneficiación (“Estas situaciones psiquiátricas...no son enfermedades de echarles ganas...de ‘piensa positivo’...Eso, lejos de ayudar a una persona con este problema, la hace sentir más mal, porque se siente que no está haciendo lo que debe de hacer”); subjetivación con activación simbólica (“En los niños se puede presentar. Hay una teoría, en este sentido, de los problemas de ansiedad que habla del aprendizaje, precisamente, por qué un niño le tiene miedo a una rata, a una cucaracha, que sé yo, porque lo escucha de los padres...y eso lo va a introyectando, va formando un miedo a algo que realmente él no conoce...”); circunstancialización temporal (“Generalmente las crisis de angustia, los ataques de pánico inician en la adolescencia o a inicios de la edad adulta, es la etapa más frecuente en que se presentan”, “...puede ser a cualquier hora del día -el ataque de pánico”); participación por identificación relacional (“...cuando algo nos pasa, nuestra mente trata de encontrar, definitivamente, una explicación. Nuestra mente no se puede quedar sin una explicación. Y si no encontramos una explicación lógica, o la inventamos, o nos ponemos peor, y se puede desencadenar el llanto...”); categorización por identificación física y circunstancialización (“Hay personas que son vulnerables, y genéticamente, biológicamente, que ya tienen cierta predisposición para despertar alguna enfermedad. Esa persona vulnerable, esa persona más frágil, vamos a llamarle así, no débil, sino vulnerable, presenta una situación estresante que desencadena que se presente esa enfermedad. Hay factores biológicos que están claramente identificados, hay factores de aprendizaje, hay factores ambientales. Y si nosotros no atacamos...no lo abordamos de una manera integral, la persona puede ser mal tratada...en el sentido terapéutico y puede no tener una mejoría real de sus problemas...”); y participación con beneficiación e identificación relacional (“Es muy frecuente que los pacientes cuando se sienten con ese tipo de angustias, ansiedad, todo esto, puedan recurrir, antes de ir con el médico, con un especialista, con otro tipo de personas o incluso recibir comentarios de otra fuente...”)

El público es otra fuente de donde emergen expresiones discursivas que posibilitan la construcción de representaciones sobre el llamado paciente con ataques de pánico. Son distintos los recursos que utiliza el público: subjetivación (“Tiene pánico a sobresalir entre los demás, a la oscuridad, a los payasos ¿por qué será?”); circunstancialización modal y temporal con subjetivación (“Tiene un hijo de 36 años con problemas de nervios, y el último síntoma que presentó fue saliendo de una misa de sanación, se alteró y se perdió por 4 ó 5 horas. Mencionó que lo perseguían, pero no había nadie ¿Por qué le sucedió esto? ¿Le puede volver a pasar?”):

circunstancialización con subjetivación (“¿Cómo puedo hacerle para que la gente que me rodea, crea y me entienda, que no piensen que es solamente un chantaje?”), “Mi hijo tiene 5 años, y tiene pánico a que me ausente y no verme, todo ello fue a raíz de una ocasión que lo deje como una hora viendo la televisión solo. Regresé y estaba llorando ¿qué hago para que se le quite?”, “Tengo un hijo de 7 años, el cual tiene pánico de ir a la escuela. Lo están llevando al psicólogo, y al parecer no tiene ningún resultado. Ya perdió dos años de escolaridad ¿qué puedo hacer? Nos pregunta”, “A qué se debe que una persona de 53 años le tenga fobia a los pájaros muertos y se sienta mal?”, “Tengo ataques de pánico al estar manejanado. Me gustaría saber cuál es la causa, pues desde hace seis meses comenzó, hasta cierto punto ha sido incapacitante para realizar mis actividades. He acudido con un psicólogo, pero no he tenido mejoría. ¿Qué puedo hacer?”); circunstancialización temporal y participación con beneficiación (“Su madre tiene 80 años, y tiene ataques de pánico pero sólo por las mañanas, ya la han llevado a varios lugares, siente que no la han tratado bien ¿qué le sugieren? Y si la pueden ayudar”, “Mi esposo sufre ataques de pánico, empezó a ir con un psiquiatra, pero después de la segunda cita desertó del tratamiento. ¿Qué hago para ayudarlo? ¿Adónde podemos acudir? Nos pregunta ella “; “Desde los 24 años tiene pánico a todo a hablar, a salir, al encierro, a las calles ¿dónde puedo pedir ayuda?”); circunstancialización modal y temporal y participación con diferenciación (“Padecí una depresión post-parto hace 8 años, asistí a terapia y me sentí mejor, pero volví a comenzar a tener síntomas, palpitaciones, angustias. Me cuesta trabajo interactuar con las personas ¿qué me recomiendan hacer?”); activación con subjetivación (“¿A qué se debe que quiera llorar cuando se está ansioso?”); activación y categorización por identificación física (“A mi hermana, cada vez que se preocupa o está nerviosa le brotan ronchas por todo el cuerpo. Se ha hecho estudios pero ha salido bien de todos ¿A qué se debe su problema?”); activación y determinación por diferenciación y afiliación (“Tengo una hija de siete años que se ha tratado de suicidar. Me ha comentado que me odia a mí y a mi esposo ¿Qué hago, a dónde acudo?”); y circunstancialización con activación subjetiva-simbólica (“Llevó un años sin trabajar, y desde entonces tengo una necesidad grande de comer ¿eso es a causa de la ansiedad? ¿qué puedo hacer?”).

Los sondeos en la calle con los transeúntes son un medio de construcción de representaciones sobre los sujetos con pánico. Ante la pregunta “¿A qué le tienes pánico?”, en la estructura de las respuestas por parte de los entrevistados se encuentran presentes recursos

discursivos que favorecen diferentes representaciones. En general los ciudadanos utilizan recursos como la activación subjetiva de simbolizaciones (“A la cámara”, “A las arañas ¿por qué? Sabe, me dan mucho miedo. No me gusta verlas”, “A las arañas y a las cucarachas, *guácatelas*, no. No las puedo ni ver, se me hace el ser más asqueroso”, “A lo desconocido”, “A las arañas, algunas son muy grandes, pican muy feo”, “A la soledad”, “A la muerte, no sé me da mucho miedo pensar en eso, todo lo relacionado con eso”); y la circunstancialización con asociación (“A todos los carros, que te lleguen de repente...”, “Una vez que me asaltaron”)

Representación sobre el sujeto con ataque de pánico.

El *sujeto* que es **víctima de ataques de pánico** enfrenta esta *experiencia* de sufrimiento durante un tiempo breve pero intenso, y que suele repetirse. Su pánico generalmente está relacionado con otros trastornos físicos y psicológicos, como la depresión y el suicidio. El pánico resulta de *representaciones simbólicas* que los sujetos construyen a partir de datos de la más diversa índole, proporcionados por la realidad, pero que expresan problemáticas más profundas. El no encontrar una explicación al temor vivido genera mayor incertidumbre entre los sujetos que sufren el ataque de pánico. Parte de este miedo puede ser adquirido *social y culturalmente* por los sujetos desde su infancia, o bien provenir de alteraciones físicas o experiencias personales. Este trastorno puede y debe ser atendido por profesionales.

Discursividad sobre el público.

El público es discursivizado por el conductor a través de la nominación formalizada con participación (“...Contar con el privilegio de su atención, a través de la señal de C7 del SJRyT”); nominación formalizada (“Sean ustedes bienvenidos...”); inclusión por activación (“...un tema que genera malestar en la sociedad...”); y participación con posesivación (“...démos su opinión, qué se debe de hacer para combatir este problema...”).

Representaciones sobre el público.

El público es representado como *sujetos* que atienden la señal y los programas del *canal* televisivo. Se le considera como personas que pueden reaccionar con aceptación o con incomodidad ante los temas que se abordan. El público son personas con opinión, que llaman y sugieren alternativas.

3.7.4 Programa *Póptico*

Discursivización sobre los conductores.

Una de las conductoras del programa se representa a partir de una narrativa donde hace uso de recursos de representación de diferente tipo: nominación formal con identidad relacional circunstancializada (“Hola, qué tal amigos. Estamos muy contentos, como todos los viernes, de estar aquí con ustedes...”); participación circunstancializada de modo (“...les queremos recordar la promoción de *Póptico* en tu escuela, para que se sigan inscribiendo...”,); participación con beneficalización (“Mientras más alumnos de su escuela se inscriban, más oportunidad tienen de que todo *Póptico* vaya a su escuela”); inclusión por participación (“...podemos reciclar la materia orgánica, los vidrios, el papel y el plástico, y podemos separarlos en los botes de basura...”); y participación con posesiviación (“Les vamos a hablar ahora sobre el tema del reciclaje, que es muy importante...”); participación con identificación relacional (“Por cierto, un saludo a nuestra compañera Paloma. Un abrazo y un beso a donde quiera que estés”). Otra de las conductoras utiliza el recurso de autonominación semiformal (“Yo soy Paloma”); y nominación con honorificación simbólica (“El respeto al derecho ajeno es la paz”). Mientras que el conductor utiliza recursos como los de participación con nominación informalizada (“Comuníquense, pero la pregunta del día de hoy es ¿por qué es necesario reciclar?”); participación circunstancializada (“Nos vamos con el primer video de la noche...”). En tanto que la salida a corte la dan simultáneamente ambos conductores mediante el uso de recursos como circunstancialización con nominación formalizada (“...¡estamos aquí en *Póptico*!”).

El público, por su parte, también construye discursivamente una representación de las conductoras del programa mediante la simbolización con identificación física (“...y Yadira, que te ves muy guapa”, “Saludos a la conductora, que está guapísima”).

Representaciones sobre los conductores.

Los conductores son representados como *sujetos* amistosos, alegres y con disposición para la *interacción* con el público y entre ellos mismos. Como sujetos con disposición y energía para conducir; físicamente guapos y atractivos para el público. Que conocen y gustan de la música y los videos de los artistas pop del momento. Interesados por el equilibrio ecológico de la naturaleza y por el respeto a los derechos de las personas.

Discursivización sobre el Programa *Póptico*.

También existe participación del público al nivel telefónico. Con sus comentarios sobre el programa también coadyuvan a la creación de una representación sobre de él. Los recursos que utilizan para hacer esto son la titulación por honorificación y singularización (“El programa está muy bueno, ya que es el único que hay de videos en Guadalajara”); nominación con honorificación, participación e identificación relacional (“...dice que le encanta nuestro programa, Quisiera pedirles el video de *Panda*, el que sea, saludos a todos los *punketos*...”); y nominación formalizada con identificación relacional y participación (“Hola amigos de *Póptico*, les saluda su amigo César Guardado Mora, primero que nada felicidades por su programa, un saludo y un beso para as dos bellas conductoras. Por otro lado, me gustaría preguntarle a Paloma cómo se llama el grupo donde ella participa y dónde se presenta...”)

Representaciones sobre el programa *Póptico*.

El programa *Póptico* es representado como una *narrativa* buena y única en su tipo en la televisión abierta de Guadalajara. Que es un *espacio* donde se consideran las solicitudes de complacencia de videos del público. Donde se proyectan una variedad de opciones videográficas de la música pop. Y donde se establecen temáticas para participar, que permiten recibir y proyectar los puntos de vista del público acerca de éstas.

Discursivización sobre las instituciones.

Los conductores también construyen discursividades que favorecen la construcción de representaciones sobre algunas instituciones. Tenemos los siguientes casos. Los recursos que se utilizan son diversos: nominación formalizada con beneficalización (“Tenemos 5 compactos, cortesía de *Mixup...*”); la nominación semiformalizada con participación (“...la clave está en separar la basura, entonces, porque en esa medida, cuando hay empresas que se dedican ha hacer nuevos productos, por ejemplo todo el plástico lo vuelven a fundir y vuelven a hacer nuevas cosas, como bolsas o demás, pero esto debe estar separado...”, “El reciclaje es una cultura que debemos de tener, en nuestras familias, en nuestros lugares de trabajo. Por ejemplo, en nuestra universidad hay un planteamiento muy interesante acerca de esto. Hay los diferentes botes de basura, y nos han creado una conciencia para reciclar...”); nominación con informalización con pasivación (“...Todo el equipo de *Póptico* va a ir a su escuela, a su salón de clases. Nos vamos a divertir muchísimo y vamos a llevar muchas sorpresas...”); y nominalización formalizada con participación (“...un día vienen unas obras de teatro representadas, a veces, por la CNDH...”).

Representación sobre las instituciones.

Las *instituciones* son instancias para otorgar beneficios a los *sujetos*. Algunas de estas instituciones se encuentran preocupadas y realizando proyectos de beneficio para la naturaleza y la sociedad, al mismo tiempo que, en algunos casos, favorecen con productos a ciertos *programas* de la *televisión pública*.

Discursivización sobre los niños.

Los niños participantes en el programa construyen discursivizaciones que lleva a la construcción de una representación sobre sí mismos, mediante la utilización de recursos como categorización por identificación relacional (“Para mí el buen trato es que te traten como a ti te gustaría que te trataran, que no te discriminen y respeten tu opinión”); participación con subjetivación y circunstancialización (“...pues te sientes mal, porque a ti te apena que estén viendo que tú cometes errores y que te regañen y que te lo pongan enfrente –a otro niño”); participación con subjetivación (“Yo hice un cuento, se trata de un niño que es muy presumido, y empieza a reflexionar sobre sus acciones, y cambia, y es mejor”, “Mi proyecto es una obra

teatral con mi hermana, que se trata de un *alienígena* que llega a la tierra, y que en su planeta lo discriminan mucho, viene a la tierra para ver si este es un mejor lugar para vivir, y la niña le hace ver que en el planeta hay cosas buenas y hay cosas malas”, “Yo hice un trabajo, que no hay que abusar de la naturaleza, los productos transgénicos que son muy malos para la salud”); pasivación con beneficiación (“Yo creo que buen trato es recibir cariño de otra persona”); y activación con subjetivación (“Para mí es todo un concepto que incluye varios valores, que tienes que practicarlos a la vida diaria”).

También los conductores discursivizan utilizando recursos que favorecen la construcción de representaciones sobre los niños. Utilizan por ejemplo la circunstancialización temporal con participación y pasivación con beneficiación (“Sabemos que los niños son el futuro de la sociedad, entonces es muy importante que en ellos sea inculcado el buen trato y la paz entre todos”, “Hay que tratar mejor a los niños, son el futuro de México”); y nominación semiformalizada con identificación por clasificación y honorificación (“...tenemos aquí a nuestros invitados, que son unos chicos que van, todos ellos van en quinto de primaria. Y están muy impresionantes sus opiniones, de verdad...da mucho gusto ver a niños con ese nivel de conciencia...”)

Por su parte, el público discursiviza sobre los niños mediante recursos narrativos como los siguientes: circunstancialización e identificación relacional con beneficiación (“Los niños son el futuro de México, y teniendo un buen trato hacia ellos se logrará un país mejor”); generalización con participación y beneficiación (“Todos los niños tienen derecho a ser tratados bien, y propone el video de Por nuestro amor, de *RBD*”, “El trato hacia los niños debe ser con amor y tolerancia, y tratar siempre de ser comprensivos”, “El respeto a los niños es importante, porque gracias a ellos se nota y se da un ejemplo de educación, y son el futuro de México”, “El buen trato a los niños es lo mejor para tener un buen futuro”); participación con subjetivación (“Hay que tenerles paciencia a los niños, es fundamental”, “Los niños merecen cariño y respeto, hay que tratarlos bien...”, “No hay que desesperarnos tanto con los niños, hay que ser pacientes”, “Los niños deben ser tratados bien he informarlos más”, “A los niños nunca hay que amenazarlos, hay que tratarlos bien”, “A los niños se les debe dar cariño y comprensión”; “A los niños se les tiene que tratar siempre, respeto, tolerancia y con cariño”); participación con determinación diferenciada (“...pongan un video de *Fobia*, y que a los niños hay que tratarlos como seres individuales y no como mascotas”); identificación relacional y

circunstancialización (“Es bueno siempre tomar en cuenta a los niños y nunca regañarlos delante de una persona desconocida”); y nominación por titulación afiliativa (“Los niños no deben ser maltratados ni por sus padres ni por ninguna otra persona. Manda saludos a su primo Jorgito, manda saludos...”);

Representaciones sobre los niños.

Los niños son representados como *sujetos* que merecen buen trato, de amor, tolerancia, paciencia, cariño, comprensión y respeto en sus opiniones y acciones. Además de que deben recibir información. Los niños son sujetos estudiosos, creativos y creadores, y que tienen una concepción propia del mundo. Algunos de ellos son conscientes de que pueden mejorar sus comportamientos sociales a partir de poner en práctica valores fundamentales. Son considerados el futuro de la sociedad.

Discursivización sobre los artistas.

En su segmento titulado *Pop News*, los conductores construyen discursividades que posibilitan la construcción de representaciones sobre diferentes artistas. Los recursos que utilizan son nominación formalizada (“...tenemos a *Panda*, tenemos a *Robbie Williams*, tenemos lo nuevo de *Plastilina Mosh*, tenemos a *Moderato*, y tenemos por acá a RBD); nominación semiformalizada, circunstancialización y participación con beneficalización (“En Brasil están todos muy emocionados porque se dice que la reina del *pop Madonna* dará un concierto gratis...”, “Y *Mutec*, por tercera vez en Guadalajara...*Mutec*, que es un colectivo de músicos electrónicos, que tienen su sede en Canadá, y hacen un festival en diferentes ciudades del mundo...donde se habla de nuevas tecnologías, de la cultura electrónica y cosas muy interesantes...va a tener actividades completamente gratuitas...”, “...Aterciopelado, regresa a México después de muchos años de un rumor muy fuerte de que ya se habían separado completamente. Vinieron a la ciudad de México. Estuvieron en la Ciudad de México, en el Zócalo, en un concierto gratuito y en el Auditorio Nacional, regresan con un nuevo proyecto...”); nominación semiformalizada con participación y circunstancialización (“Y *Gustavo Cerrati* lanza su nueva producción que se titula ‘Ahí vamos’. Va a estar a la venta a

partir del 4 de abril en todas las tiendas de disco...Este personaje ha participado en diversos proyectos electrónicos...”); nominación con semiformalización y honorificación, y circunstancialización (“...los *Yeah, Yeah*, que buena banda, que por cierto este disco pues está saliendo *apenitas* al mercado, así que chéquenlo, está bastante bueno, una banda muy recomendable de Nueva York...); y clasificación e identificación relacional (“...gracias, y arriba el punk”).

Representaciones sobre los artistas.

Los artistas *pop* más significativos del momento son sujetos que se encuentran en el programa a través de los discos que se obsequian y a través de los videos que se proyectan. Estos artistas poseen un carácter internacional, y responden a diferentes subgéneros que se ubican dentro del contexto de la música *pop*. Algunos de estos artistas han visitado México y la ciudad de Guadalajara. Cuentan con proyectos, producciones y presentaciones en público.

Discursivización sobre el público.

Los conductores también proyectan enunciaciones discursivas que incluyen el uso de recursos que favorecen la construcción de representaciones sobre el público. Entre los recursos utilizados podemos identificar los siguientes: nominación formalizada (“Hola, ¿Cómo están? Bienvenidos a *Póptico*”); nominación formalizada con identificación relacional (“Hola, qué tal amigos...”); nominación formalizada con posesivación circunstancializada (“Bienvenidos, como todos los viernes, a su programa *Póptico*”); participación circunstancializada (“Díganos sus opiniones si ustedes lo hacen en su casa, si lo hacen con su familia, en su escuela o en su lugar de trabajo ¿cuáles son las maneras de reciclar?”); participación beneficiada con asociación (“...no pueden entrar -a la rifa- si no hacen comentario...”); nominación semiformalizada colectivizada con circunstancialización (“También un saludo para toda la gente que nos ve allá en Estados Unidos a través e Mexicanal”, “Un saludo a todos los que nos ven en *Póptico* allá en los Estados Unidos, por la señal de Mexicanal, por *DirecTV*, para todos un saludo y un beso...”); nominación por identificación relacional (“...pueden hacer propuestas junto con la gente de su colonia, para que toda la gente de su colonia pueda reciclar...”); generalización con

circunstancialización y nominación informalizada (“...a todas las familias que se reúnen a ver *Póptico*, mil gracias”); generalización con participación e identificación relacional (“...a todas la gente que se nos acerca a saludarnos”); singularización y titulación por afiliación (“Un saludo a mi familia también que nos está viendo. Y al nuevo integrante”); nominación informal con identificación clasificatoria (“Si tu eres niño, también pláticanos ¿cómo quieres que te traten?”; “...y si ya eres un adulto qué sugerencia tienes para el trato hacia los niños?”); y generalización con activación e identificación relacional (“...todos debemos tener un buen trato hacia las demás personas...”).

El público construye representaciones de sí mismo a través de sus llamadas y correos electrónicos que son leídos por los conductores. Se distingue que el público discursiviza utilizando recursos como los siguientes: participación con beneficiación y nominación semiformalizada con identificación relacional (“...Reciclar es muy importante porque ayudamos a no contaminar. Saludos para Judith Alejandra, que es su cumpleaños”, “Es bueno reciclar para conservar la naturaleza, Saludos para Anette que cumple años”, “El reciclaje ayuda a no contaminar el medio ambiente. Saludos a Roxana, María y María Fernanda”); participación con beneficiación (“Hay que cuidar los árboles, y hay que reciclar”, “Es bueno –reciclar- porque cuidamos la contaminación al ambiente”, “Es importante reciclar las hojas del cuaderno, para que los otros lo puedan utilizar”, “Si queremos seguir en este planeta, lo debemos de cuidar, y lo cuidamos reciclando”, “Es muy importante reciclar, para no contaminar los bosques y no talar nuestros bosques”, “Es lo que debemos hacer, y tomarlo como cultura”, “Es importante reciclar, para evitar contaminar”, “Hay que formarnos la cultura de reciclar para empezar a limpiar el ambiente”, “Es muy importante reciclar para mantener la ciudad limpia”, “Hay que estar conscientes en reciclar para aprovechar el material por segunda vez”, “Sería bueno que todos recicláramos para que se acabara la contaminación. Pide el video de Corazón de Chocolate de Elefante”, “Es importante reciclar, que por cada hoja que tiremos se corta un árbol”, “Hay que reciclar, porque ya no hay espacio donde poner la basura”, “Reciclar es bueno para el medio ambiente, y hay que reciclar la basura en casa”, “No tirar basura y no quemarla, Eso es super importante”, “Seguir reciclando para conservar la materia prima de nuestro país”, “Es importante mantener el ambiente limpio, y pide videos de toda especie...”); nominación semiformalizada con beneficiación y participación (“Hola me llamo Emma, escribo para pedir el video de *Blind 182*...y mandarle saludos a mi amiga Yadira Moreno...gracias y

felicidades por el programa”, “Hola, escribo antes que nada para saludarlos y pedirles el video de...*Me entrego a Ti*, para que salga más en la programación del canal. Saludos para Miriam Osuna...”); participación con identificación clasificatoria (“...él recicla su basura separando el aluminio, el cartón, el vidrio y el plástico”); participación con identificación relacional (“Saludos a la familia Arroyo Castro, a los conductores y a los telefonistas”); participación con nominación formal (“Hay que crear cultura sobre el reciclaje, saludos al staff”)

Representaciones sobre el público.

El público es un conjunto de *sujetos* individuales o grupales; de diferentes edades; que atienden este programa regularmente; y que cuentan con, con saludos, opiniones y propuestas, y que están dispuestos a compartirla a través de llamadas telefónicas al programa. Es un público que reconoce en la calle a los conductores y se acerca a saludarlos. Es público que recibe la señal del *programa* tanto en México como en la Unión Americana.

Otras discursivizaciones: el planeta, México y Modular.

El planeta. Sobre el planeta tierra se discursiviza utilizando recursos de posesivación y beneficalización (“...es vital para nuestro planeta”).**México,** El conductor también utiliza recursos discursivos para construir enunciaciones sobre México, utilizando recursos como clasificación con diferenciación (“...desafortunadamente en México todavía estamos como un poquito atrasados en ese sistema, pero está en nosotros y nuestra familia realmente poder empezar a separar la basura, porque sí, realmente, sí funciona...”). **Modular,** Sobre el programa Modular, que es realizado por la misma persona que produce *Póptico* también se usan recursos discursivos por parte de la conductora como el de nominación formal con participación y beneficalización (“También vean Modular...que es una propuesta para apoyo de los grupos tapatíos...”).

Otras representaciones.

El planeta. Al planeta tierra se le representa como un *espacio* propio, común y compartido. **México**, es un país atrasado con relación al respeto a la naturaleza. Es desde la *institución* familiar como es posible generar una cultura del reciclaje. **Modular**, el programa Modular es visto como un *espacio televisivo* de apoyo a los grupos de rock tapatíos.

3.8 Recuperando el sentido de las representaciones televisivas en un canal público.

Las representaciones sobre los diferentes sujetos que se hacen a lo largo de cada uno de los programas se ubican en contextos sociales y culturales específicos. Surgen de unas narrativas televisivas que se desarrollan en un canal de carácter público. En su proceso de construcción median interacciones entre programa-narrativa y público televidente.

Cada uno de estos programas genera saberes inmediatos y del sentido común sobre una u otra expresión de lo real, ya sea un espacio (un pueblo), un sujeto (un chirimiyo, un grupo de rock, un niño), una práctica (trabajar con el neón, hacer tacos), una situación (el abuso sexual infantil), una institución (la CNDH), un tiempo (el Jalisco de antaño). Sobre de estas realidades se construyen categorías que permiten ordenar, agrupar y jerarquizar no sólo los elementos conocidos, sino también los desconocidos no sólo en el terreno cognitivo, sino también en el afectivo y el social. Aunque también las representaciones sociales de estos programas se alimentan de conocimientos científicos, como ocurre particularmente en el caso de *Estrategias al Cubo*.

Las temáticas de los programas (el reciclaje, el homenaje a los Héroes del Silencio, el Día Internacional de la Mujer, los trovadores) se constituyen en expresiones discursivas que presentan descripciones, relaciones, explicaciones, definiciones y proyección sobre aspectos particulares de la realidad social y cultural. Este tratamiento se propone dotar al público televidente de referentes que le permitan construir ideas básicas acerca de las problemáticas tratadas (los ataques de pánico, el trato igualitario, las formas de tocar una batería o la manera de construir una flauta), pero también que les posibiliten contar con definiciones para estas situaciones problemáticas en sus manifestaciones singulares para cada sujeto en su vida cotidiana (el qué hacer ante un miedo incontrolable, el cómo llegar a un municipio lejano y qué consumir en éste, el qué grabación musical nueva conseguir).

A través de las representaciones sobre el abuso sexual, por ejemplo (*Estrategias al Cubo*) se dota al público de modalidades de pensamiento práctico sobre esta problemática. Esto le permitirá construir y compartir opiniones respaldadas por lo que vio y escuchó en la televisión. Una vez que consumió este programa, el televidente puede albergar la sensación de que sabe identificar a un sujeto que ejerce el abuso sexual en contra de menores; y que cuenta con las formas para enfrentarlo.

Las representaciones de cada uno de los sujetos que se construyen a partir de las narrativas desplegadas por los diferentes programas, por lo general se proyectan como imágenes que aspiran a un sentido abarcador, realista y objetivo. De esta manera, por ejemplo, la representación sobre un presidente municipal (*Cantares y Costumbres*) se proyecta a través de una imagen que intenta subsumir los variados significados que se tiene sobre un político, pero al mismo tiempo se hace abstracción de las experiencias concretas de los integrantes del público. Así es que un presidente municipal puede proyectarse como un sujeto preocupado por la modernización de su pueblo. Lo que inicialmente se proyecta como una simple imagen, termina convirtiéndose en la realidad misma. Aunque a pesar de todo, aun la imagen construida denota rasgos de la realidad contradictoria que la propia imagen construida como representación obnubila. Por ejemplo, las relaciones sociales y de clase quedan ocultas, detrás de las imágenes campiranas que se construyen sobre un lugar.

Estas representaciones resultan de procesos inter-subjetivos que se objetivan y se recrean en palabras emitidas por conductores, público y productores; en sentimientos a través de cantos, entonaciones o expresiones festivas; y en conductas como la del público que solicita se le complazca con un video o la del conductor que manda a un corte de identificación.

Muchas de las imágenes que se perciben a través de la pantalla son reiterativas, manifiestan situaciones de habituación y tienden a la codificación necesaria para que opere una institucionalización. Por ejemplo, la forma de vestir de los conductores que tiende a estandarizarse según la identidad de que se quiere dotar a cada uno de los programas y sus conductores (vestuario de manta para Cornelio, jeans para Christian, camisa y corbata para Francisco, ropa informal para Eduardo). Donde cada uno de los elementos con los que se dota a los conductores es producto de una objetivación de las estructuras y a las prácticas de interacción social que se manifiestan en la realidad cotidiana, y no simplemente producto de una ocurrencia individual del productor.

Las representaciones sociales proyectadas en estos programas sirven como guía para la acción práctica de reconocimiento y posicionamiento de los sujetos televidentes respecto a estas mismas representaciones. Sin embargo, el proceso es más complejo. Las representaciones que se construyen en estos programas televisivos por lo general expresan una doble tendencia: por un lado pretenden involucrar el tratamiento de problemáticas social y culturalmente significativas, y por el otro, les dan un manejo fragmentado, descontextualizado y superficial. Por ejemplo, el programa *Póptico* incluye en una de sus emisiones el tema del buen trato a los niños. Esto presupone un reconocimiento implícito al maltrato que éstos padecen por parte de los adultos, Pero finalmente esto aparece como una simulación cuando entre los mismos niños y conductores participantes en el programa se maltratan entre sí aventándose pelotas, todo esto delante de las cámaras. O bien, la manera en que el rescate de las tradiciones de culturas locales se convierte en folclorización de los sujetos y las prácticas en el programa de *Cantares y Costumbres*. O la manera en que un programa que busca presentar alternativas para un mejor vivir (Estrategias al Cubo), termina por generar con sus representaciones un sentido de vulnerabilidad entre los televidentes, que en lugar de salir con autoconfianza que se traduzca en un “*voy a hacer*” se limita a preguntar “*¿qué puedo hacer?*”.

Las representaciones que se construyen sobre los sujetos en cada uno de los programas analizados poseen un *imprinting* de referencia. Los productores y los conductores crean esas representaciones desde posicionamientos socioestructurales, subjetivos y de poder muy concretos. Considérese el caso de la manera en que la experiencia acumulada, intereses y las representaciones que sobre la cultura, lo popular y el público tienen tanto el productor como el conductor principal del programa de *Cantares y Costumbres* es coincidente con el tipo de lenguaje imágenes, invitados y tratamiento de temáticas que se realiza en este programa. De la misma manera tómesese en cuenta como este tipo de programas se construyen desde bases estructurales mediadas por relaciones de poder: del productor sobre el contenido del programa; del conductor para monopolizar la palabra y sus tiempos; y del canal, como institución, que define políticas de construcción de programas.

Las representaciones sobre los sujetos construidas desde los programas favorecen evocaciones personales y colectivas que asocian análogamente lo real con lo ausente. Por ejemplo la presentación de un mariachi en *Cantares y Costumbres* permite recordar tiempos, lugares y situaciones de carácter festivo. Estas analogías no responden siempre a construcciones

lógicas. Incluso a veces aparecen como agregados in-formes de distintas realidades. Tenemos el caso de grupos de rock. Se presentan en *Modular*. El público los asocia con consumo de drogas. Los dispositivos sociales que orientan la percepción comienzan a operar. Guían la construcción de esta representación. La acción de compartir esta representación en un grupo social permite que su significación se reproduzca y extienda.

3.9 Resultados del trabajo sobre consumo y representaciones de los televidentes.

Enseguida se presentan unas tablas que contienen la información respecto a las categorías más significativas desde las que se construyó la intención del estudio.

Sujeto	Edad	Ocupación	Nivel de estudios	Meta	Pertenencia a grupo	Clase social
Fátima	14 años.	Estudiante del tercer año de secundaria.	Tercer año de secundaria.	Tener una familia y una carrera.	No pertenece a ningún tipo de agrupación	Cree pertenecer a la clase media
David	tengo 15 años	Me dedico al estudio y a ayudarle a mi papá a trabajar en una granja.	Hasta el 3° año de secundaria	Mi meta a conseguir en la vida es formar una familia estable y una carrera	Sí, doy catecismo católico	A la media
Ana Karen	Tengo 14 años.	A estudiar	3° de secundaria	Tener una familia estable y una buena profesión	No	A la media
Sandra	Tengo 14 años	Estudio	Este... 3° de secundaria		No	A la media
Laura Daniela	Tengo 13 años	Soy estudiante	Hasta 3° de secundaria	Puede este, tener una familia y servir a la marina	No	Yo creo que pertenezco a la media
Linda	Tengo 14 años.	Ehhh, soy estudiante	3° de secundaria	Llegar a ser psicóloga	No	Media
Wendy	Tengo 13 años	Soy estudiante	3° de secundaria	Ser médico neurocirujano y superarme como persona	No	Media
Juan Ignacio	Tengo 14 años	Soy estudiante	3° de secundaria	Tener una buena profesión	No	A la media

--	--	--	--	--	--	--

Todos los entrevistados tienen entre 13 y 14 años de edad. A excepción de uno de los ellos, el resto reconoce que sólo se dedica al estudio. Todos se ubican en el tercer grado de secundaria. La meta de la mayoría se centra en el logro de dos objetivos: formar una familia y tener una profesión. A excepción de uno que participa en un grupo parroquial, el resto no participa en ningún grupo. De la misma manera, todos se reconocen como integrantes de la clase media.

Sujeto	Consumo de medios.	Géneros consumidos	Tipos de programas que consume	Programas que nunca vería
Fátima	Radio.	Ve programas culturales y de entretenimiento.	National Geographic, discovery channel (cable)	No vería programas violentos.
David	El radio y la tele.	Programas de información, como... podría ser los del C7, que... cómo se llama?, no, no recuerdo.	Como las caricaturas, programas, mmm, Otro Rollo.	Las noticias.
Ana Karen	Revistas y radio	De entretenimiento y de información	Mmm pues Muévete, me gustan mucho los programas musicales como Top Ten y Hit m3	De violencia o violencia intrafamiliar
Sandra	Este, radio, revistas e Internet	Culturales	Los nombres no me los sé bien, pero así como del universo y ese tipo de cosas	De violencia
Laura Daniela	Internet y revistas	Eh... veo mucho las novelas, las caricaturas y los este... videos pues (risas) culturales		Pornográficas y de violencia
Linda	Revistas y radio	De comedia y novelas	Mmmm, Caricaturas	Pornografía y discriminación
Wendy	Radio e Internet	Informativos, culturales y de entretenimiento	Hit m3, Top Ten, Póptico y las noticias	De violencia y pornografía
Juan Ignacio	Radio y revistas	Informativos y culturales	Las noticias y pues...	De violencia y pornografía

Se destaca el hecho de que la mayoría de los entrevistados dice prácticamente no ver televisión. En cambio, la mayoría reconoce consumir radio, revistas e internet, en ese orden de importancia. Estos estudiantes dicen interesarse sobre todo por géneros informativos y

culturales, casi en la misma proporción que las telenovelas y los programas de entretenimiento. Sobre el tipo de programas que más consumen dicen que se trata sobre todo de aquellos con videos musicales. Mientras que los programas que dicen nunca verían son fundamentalmente aquellos con contenidos violentos y de pornografía.

Sujeto	Lugar donde consume televisión	Lugar donde esta el televisor	Lo que hace mientras ve televisión	Con quien ve televisión	Horario en que ve televisión	Tiempo de consumo
Fátima	En su cuarto y la televisión	Está sobre un mueble.	Hace tareas o solo la ve sin ninguna actividad específica.	Lo hace con sus hermanos	De 5 a 7 de la noche	Aproximadamente 2 horas diarias.
David	En el cuarto de mis hermanas	En una mesa	La tarea o... simplemente la veo.	Con mis hermanos y hermanas	No tengo horario	Digamos como tres horas
Ana Karen	En mi cuarto	Encima de un mueble	La tarea o me gusta estar comiendo	Con mi mamá o sola	Como de 4 a 7	
Sandra	En mi cuarto	En un tocador	Hago tarea	Yo sola	De 5 a 6	
Laura Daniela	En mi sala	En un mueble	Como, hago la tarea o nada más por divertirme	Con mis papás, hermanos o sola	Ehh, la puedo ver a cualquier hora	Este, a veces hasta 6 horas
Linda	En la sala	En un mueble	Como o hago tarea	A veces sola o con mi familia	Mmmm, Casi siempre de 5 a 6	
Wendy	En la sala	En un mueble	A veces, como, hago la tarea o simplemente la observo	Sola o con mi familia	No tengo un horario fijo	3 o 4 horas
Juan Ignacio	En la sala	En un mueble	Tarea o como o realizo otra actividad	Con mi familia	De las 3 a las 6	

Dos son los lugares que prefieren los entrevistados para ver la televisión, la sala y su cuarto. Todos describen que el aparato receptor se encuentra encima de un mueble, sólo dos especifican

en qué tipo de muble ocurre esto. También coincide el que todos vean la televisión mientras hacen la tarea, y la ven solos o en compañía de un familiar, preferentemente un hermano. Los programas se consumen en horario vespertino sobre fundamentalmente a partir de las cinco, y durante un tiempo promedio de dos horas y media.

Sujeto	Conoce a alguien que también ve este programa	Lo que más le gusta de este programa	¿Comenta con otros lo visto en la televisión?	Lo que sintió cuando vio este programa	Utilidad del programa	Lo que vio y recuerda
Fátima	No conoce a nadie que haya visto los programas que vio	Le gustó de Póptico que hablaron de la contaminación para ver en que están fallando y la música un poco	No comentó con nadie lo que vio en los programas.	Mmmm..., si, si me gustaron	Mmmm... pues creo que trataron temas importantes, pues para que nos pongamos a razonar.	Los videos.
David	Sí	Me gustó, de Póptico, que hablan de temas muy importantes, con el de la contaminación y que nos ayudaron a razonar un poco más. De modular pues me gustaron mucho algunos grupos de rock que sacaron ahí.	Si, comenté sobre los grupos y lo de la contaminación	Pues la verdad atraído por los grupos y un poco aburrido también por los comentarios, de los conductores.	Yo pienso, para informarme más sobre la actualidad	Los grupos de rock.
Ana Karen	No	El tema que trataron sobre la contaminación y algunos consejos que nos dieron	Los videos musicales que pasaron	Pues... a gusto	Para tener un mejor razonamiento sobre la contaminación del medio ambiente y también sobre el entretenimiento	Este... algunos videos muy padres, y también sobre la contaminación
Sandra	No	De Póptico Los videos que pasaron	Este... pues si, la música que pasaron	Interesante, conocer los videos	Para conocer los distintos tipos de música que hay	(Risas)... el video de madonna
Laura Daniela	Si	Pues me gusta que las personas que salen ahí, son personas que quieren superarse y este... superan sus miedos conduciendo	No, realmente no	Pues, este, como digo me sentí emocionada ya que muchos quieren superarse y a través de esto lo	Este... para ver que mucha gente, aunque no tiene los medios suficientes para avanzar,	Póptico: ehh, pues vi que ellos invitaron a unos niños, que también a

		<p>sus programas y todos ellos son universitarios</p>		<p>logran, y aparte... pueden tener, a partir de esto pues... conocimiento y confianza ante la gente y seguridad</p>	<p>este... trata de lograrlo por medio de muchas cosas y se esfuerza</p>	<p>ellos les pidieron opinión y no nada más a los grandes pues a veces los más chicos pueden decir cosas más importantes que los grandes y piensan mejor De modular, no hay mucho que decir, solo que es una forma diferente de pensar, de vestir y de decir las cosas.</p>
Linda	<p>Si, son mayores que yo</p>	<p>Póptico: algunos de los videos que pasan Modular: algunas bandas también</p>		<p>En el de póptico en algunos videos pues este... relajada En el de modular, como que mas de tensión por las bandas que pasaban</p>	<p>Para darnos cuenta de cómo perder el miedo al público o a la televisión</p>	<p>Mmm, que entrevistaban a algunos niños, en el de póptico y en el de modular que entrevistan a algunas bandas.</p>
Wendy	<p>Si, mis amigas</p>	<p>De póptico pues eh los temas que trataron sobre el reciclaje y la contaminación y que pudimos ver diferentes tipos de video y diferentes tipos de música Y de modular las entrevistas que le hicieron a las bandas</p>	No		<p>Pues para tener una cultura más amplia sobre los diferentes tipos de música Pues para conocer más sobre las bandas de rock</p>	<p>El tema del reciclaje. La música</p>

Juan Ignacio	No	Póptico: los videos que pasaron Modular: los tipos de anda que hay	Que son muy interesantes para conocer más cosas sobre música y lo comenté con mi hermana	Póptico: Pues me sentí relajado y a gusto En el de modular pues me sentí un poco más estresado por lo que decían	Póptico: Para... conocer los videos que pasaron que no había visto Modular: para conocer los tipos de bandas	Póptico: el video de la 5ª. Estación Modular: eh, las preguntas que les hicieron a las bandas.
--------------	----	---	--	---	---	---

No hay una tendencia que pueda definir con claridad si los entrevistados conocen o no a alguien que consume este mismo tipo de programas. Del programa de *Póptico* les gustaron los videos y la temática que se abordó; de *Modular* gustan sobre todo los grupos rock que se presentan. Una buena parte de los entrevistados sí comenta los contenidos de los programas con otras personas. Con *Póptico* las personas se sintieron a gusto y relajadas, mientras que con *Modular* hubo algunos que dijeron sentirse estresados. La utilidad fundamental que le ven al programa es la de informarse sobre lo más actual en videos y en expresiones del rock tapatío. Y lo que más recordaron de los programas vistos fueron los videos musicales.

A los entrevistados se les preguntó, además, su opinión, en el caso de *Modular*, sobre los grupos de rock que ahí participan y sobre el conductor, respecto a *Póptico* se les preguntó su opinión en relación con los niños que fueron invitados al programa (caso de la emisión destinada a abordar la temática del *buen trato*) y su opinión sobre los conductores del programa.

En relación con el programa *Modular*, los entrevistados se refirieron a los grupos de rock como: "...son grupos de música alternativa", "...está bien que se presenten, pues no hay mucho chance de oír de esa música", "aprende uno cosas de las bandas, de cómo tocar los instrumentos", "está *chida* la propuesta, dan chance de oír cosas diferentes". Sobre el conductor del programa consideran que "...es un chavo buena onda", "...creo que sí sabe de música, porque habla con facilidad de grupos como si ya los conociera", "es un poco lento y distraído, pero que bueno que se atreva a hacer este tipo de programas", "Me parece que le echa muchas ganas para conseguir grupos que tocan música de muchos tipos".

Respecto a los sujetos proyectados en el programa de *Póptico* señalaron sobre los niños invitados al programa: "se ve que son chavitos muy desenvueltos, como que ya los tenían entrenados", "me gusto que se desarrollaran como si ya tuvieran mucha experiencia", "son

morritos muy capaces, muy desenvueltos, no les da vergüenza”, “...que bueno que se animan a hablar y a participar”. Y sobre los conductores consideraron que: “...se ve que son muy fresas, se les nota en su forma de hablar”, “son muy gritones, quieren llamar la atención”, “pues que tienen facilidad de palabra, son seguros para salir en la tele”, “la chava se ve más desenvuelta que el chavo, pero ella esta bonita”.

De estas opiniones podemos articular la construcción de las siguientes representaciones:

Los grupos de rock que se presentan en el programa Modular se destacan por tocar música alternativa. Su presencia en el programa permite acceder a otras propuestas musicales, además de que están en la disponibilidad de compartir enseñanzas sobre instrumentos y música”

El conductor es un joven con una actitud positiva, atrevida y entusiasta para presentar en televisión propuestas diversas, aunque a veces se muestre un poco pasivo en la conducción; conoce de música y tiene experiencia en el ámbito del rock local.

Los niños que salen en el programa poseen características de desenvoltura y dehinibición, al parecer producto de su experiencia. Poseen capacidad y voluntad de participación.

Los conductores de Póptico son jóvenes fresas en sus expresiones, su actuación y su forma de vestir. Con su comportamiento expresivo buscanllamar la atención. Pero también son desenvueltos y seguros. Entre hombre y mujer hay rasgos diferenciados, ella es más desenvuelta y guapa.

Resultados y lectura interpretativa sobre los programas *Estrategias al Cubo y Cantares y Costumbres*.

De la misma manera que en el caso de los dos programas anteriores, enseguida se presenta de manera ordenada la información proporcionada por los entrevistados sobre el consumo de los programas *Estrategias al Cubo y Cantares y Costumbres*, en ese orden.

Sujeto	Edad	Ocupación	Nivel de estudios	Meta	Pertenencia a grupo	Clase social
Antonia	34	Ama de casa	Secundaria	Sacar adelante a mis hijos	No	Pobres
Josefina	28	Casa y vendedora informal	Primaria	Mantener mi negocio	Asociación de comerciantes	Baja
Carmen	38	Ama de casa	Secundaria	Mejorar mi vida en pareja	No	Baja
Diego	26	Profesionista	Licenciatura	Contar con un trabajo estable	Grupo religioso parroquial	Media

La edad de los entrevistados los ubica como personas adultas, entre los 26 y 38 años de edad. Se destaca que la mayoría se dedican a la casa (aunque una de ellas además es vendedora en su propio puesto fuera de su casa). Sólo una de ellas es profesionista. Al nivel de estudios tres de los cuatro se ubican en el nivel básico, y sólo uno en el nivel superior. Sus propósitos se dirigen a miembros con los que conviven y al medio de subsistencia, en sus modalidades diversas. No se pertenece a ningún grupo, y cuando sí hay pertenencia esta se asocia con la actividad que se desarrolla o bien con las creencias. Todos se auto-colocan en la clase baja (pobre), a excepción del profesionista que se coloca en la clase media. Estas son las características generales de este segmento de público televidente que consume el programa de *Estrategias al Cubo*.

Sujeto	Edad	Ocupación	Nivel de estudios	Meta	Pertenencia a grupo	Clase social
Luz	56	Ama de casa	Primaria	Vivir para cuidar de mi casa	No	Baja
Lina	45	La casa	Primaria	Mejorar mi situación económica.	No	Baja
Franco	60	Obrero	Primaria	Que me den mi jubilación	Sindicato	Baja
Carolina	48	Ventas	Secundaria	Hacer crecer mi negocio.	No	Baja

Las personas entrevistadas que gustan de ver el programa de *Cantares y Costumbres* son de mayor edad, se colocan entre los 48 y los 60 años. Se dedican a la casa, incluida la que, además, vende, mientras que el hombre trabaja de obrero. Prevalece el nivel de estudio elemental. Sus metas tienen que ver con su familia, pero sobre todo se destaca la preocupación por alcanzar metas ligadas a conseguir estabilidad económica. Ninguno de los entrevistados pertenece a ninguna agrupación. Sólo el trabajador se reconoce como miembro de un sindicato. Respecto a la ubicación en un nivel social de clase, el conjunto de los declarantes se considera de clase baja.

Sujeto	Consumo de medios.	Géneros consumidos	Tipos de programas que consume	Programas que nunca vería
Antonia	Televisión y radio	Entretenimiento	Música romántica	De violencia
Josefina	Televisión y radio	Para entretenerse	Música ranchera	De hable y hable
Carmen	Revistas y radio	Chismes	Musica de toda	De losque no entiendo
Diego	Periódico y radio	Noticias	Música de rock viejito	Como el show de Cristina.

A los televidentes de *Estrategias al Cubo* les gusta sobre todo escuchar radio, en segundo lugar ver televisión, y sólo uno declara su gusto por leer periódico. La mayoría consume generos programáticos que les entretengan, como programas musicales en sus expresiones más variadas. No hay una tendencia de identidad clara respecto a los programas que no verían. Los criterios para no exponerse a ellos son de variado tipo.

Sujeto	Consumo de medios.	Géneros consumidos	Tipos de programas que consume	Programas que nunca vería
Luz	Televisión.	De consejos	Tempranito.	De muerte.
Lina	Radio y televisión	De diversión.	Derbez	De los aburridos.
Franco	Radio	De diversión, para relajarse	Telenovelas	De los de puros comerciales
Carolina	Radio y televisión.	De entretenimiento.	Laura en América	De asesinatos.

A los televidentes de *Cantares y Costumbres* les gusta sobre todo ver televisión, y en segundo lugar escuchar radio. Cosnsumen géneros que les proporcionen más que nada diversión, y sólo en un caso que le otorguen información. De esta manera encontramos que de la misma manera que ven un programa de C7, al mismotiempo reconocen consumir programas de revista, cómicos, melodramas y reallity shows. En tanto que se niegan a consumir programas de muerte y de los que aburren por su habla o por sus ofrecimientos comerciales.

Sujeto	Lugar donde consume televisión	Lugar donde está el televisor	Lo que hace mientras ve televisión	Con quien ve televisión	Horario en que ve televisión	Tiempo de consumo
Antonia	Sala	Mueble	Tejo	Con mi hija	Tarde y noche	3 horas

Josefina	Recámara	Vitrina de modular	Como	Con una amiga.	Mañana y tarde	Cuatro horas
Carmen	Sala	Mueble para aparatos	Descanso	Sola	Tarde	Tres horas
Diego	Recámara	Mesa	Platico	Con mis hijas	Noche	De una a dos

El público de *Estrategias al Cubo* ven la televisión o en la sala o en la recámara. Considérese que la hora en que se transmite el programa es a las 17:30 horas. El aparato receptor esta colocado en muebles de diferente modalidad, aunque destaca la vitrina. Las actividades que acompañan el consumo de este programa tienen que ver con actividades relajantes como tejer, comer o descansar, y sólo una persona reconoce que desarrolla una charla al mismo tiempo que ve la televisión. En el acto de ver televisión los entrevistados se encuentran acompañados sobre todo por familiares directos como las hijas o con personas afectivamente próximas como una amiga. Sólo una persona ve sola el programa. Ven la televisión sobre todo por la tarde y noche. Ven un promedio de tres horas diarias de televisión.

Sujeto	Lugar donde consume televisión	Lugar donde esta el televisor	Lo que hace mientras ve televisión	Con quien ve televisión	Horario en que ve televisión	Tiempo de consumo
Luz	En la sala	Mueble	Plancho	Sola	Mañana y noche	4 horas
Lina	En la sala	Mueble	Hago la cena	Con mis hijas	Mediodía y noche	4 horas.
Franco	En el cuarto	Ropero	Me acuesto	Con mi esposa	De 8 a 10 de la noche	2 horas.
Carolina	En la sala	Mueble	Coso.	Sola	Tarde y noche	4 horas

Cantares y Costumbres es visto sobre todo en la sala, con la televisión colocada en un mueble (sólo una persona específica en qué tipo de mueble, que en su caso es un ropero). Todas las mujeres entrevistadas reconocen hacer una actividad ligada al trabajo doméstico mientras ven el programa. El televidente hombre es el único que está acostado mientras ve el programa (recordar que el programa se transmite de 21:00 a 22:00 horas. Este programa lo ven o solos o acompañados, en este último caso, la compañía es de personas ligadas directamente a la familia. La televisión, en general, se consume sobre todo en la noche, y por lo regular se ven cuatro horas de televisión.

Sujeto	Conoce a alguien que también ve este programa	Lo que más le gusta de este programa	¿Comenta con otros lo visto en la televisión?	Lo que sintió cuando vio este programa	Utilidad del programa	Lo que vio y recuerda
Antonio	Sí, mi amiga	Los temas.	Con mi familia.	Curiosidad.	Para aprender más	Las palabras del conductor.
Josefina	Vecinas	Que saben mucho	Con amigas	Interés.	Para aclarar mis dudas.	Los consejos del invitado.
Carmen	Mi yerno	Que podemos preguntar	Con vecinas que son mis amigas.	Preocupación.	Para ser mejores	Lo que dicen de cómo es el problema.
Diego	Compañeros	Que ayudan a cultivarse sobre cosas que uno desconoce.	Con algunos compañeros.	Interés	Para aprender sobre lo que uno no sabe.	Lo que expresan como comentarios.

Todos los entrevistados que ven el programa de *Estrategias al Cubo* conocen a alguien que ve el mismo programa. En este caso, hacen mención de personas no ligadas directamente a la familia nuclear. Son variadas las razones que se sugieren del por qué gusta este programa, aunque se puede inferir del conjunto de opiniones que se le asigna al producto consumido un valor de conocimiento. Por otro lado, el conjunto de entrevistados reconocen que comentan con otras personas cercanas los contenidos del programa. Lo que sintieron cuando vieron el programa fue sobre todo interés, pero también preocupación. Al programa le encuentran una utilidad de enseñanza, les permite aprender y crecer como personas. Lo que más recuerdan del programa se encuentra asociado a las expresiones que hacen los participantes y el conductor al nivel de comentarios y opiniones.

Sujeto	Conoce a alguien que también ve este programa	Lo que más le gusta de este programa	¿Comenta con otros lo visto en la televisión?	Lo que sintió cuando vio este programa	Utilidad del programa	Lo que vio y recuerda
Luz	Sí, una amiga	La música.	Sí, con la familia.	Alegría.	Sirve para conocer nuestras	A don Cornelio.

					costumbres.	
Lina	Sí nuestro compadre	Don Cornelio que es muy platicador	Sí, con las amigas.	Gusto	Nos sirve para conocer cosas raras.	Los mariacheros.
Franco	Sí, un hermano	La música	En el trabajo.	Interés.	Para mantener nuestra forma de ser mexicanos.	Los músicos
Carolina	Sí mi familia.	Las sorpresas con los invitados	Con mis hijas.	Curiosidad.	Para conocer cosas raras y música bonita.	A don Cornelio

En el programa de *Cantares y Costumbres* encontramos que los entrevistados, consumidores de este programa, sí conocen a alguien que también ve este mismo programa, esta persona puede ser de la misma familia o personas próximas en trato. Lo que más le gusta de este programa al público es la música, aunque, en menor medida, también se menciona al conductor y a los invitados. Todos reconocen que comentan los contenidos del programa con alguien. Sin embargo, cabe destacar que sólo en un caso coincide que estos comentarios se hacen con una persona que también se sabe que ve el programa. El programa genera situaciones personales de alegría, interés y curiosidad. La utilidad del programa se asocia sobre todo con el conocimiento de lo pasado o de lo diferente a nivel de la cultura. Aunque una persona resalta la función del programa como sostenedor de la identidad nacional. Lo que más se recuerda del programa es a los músicos en la misma proporción que al conductor (Cornelio García).

Al igual que en los otros programas analizados, se indagó con los entrevistados su punto de vista sobre sujetos representados en las narrativas televisivas de los materiales analizados. En el caso de *Estrategias al Cubo*, se les preguntó sobre lo que era para ellos un pedófilo y lo que era un niño abusado sexualmente. En tanto que a los televidentes de *Cantares y Costumbres* se les preguntó sobre que significaba para ellos Cornelio García y el mariachi que se presentó a tocar en el programa.

De las opiniones rescatamos lo siguiente: un pedófilo es “...una persona enferma y perversa”, “...un peligro para los niños y para la gente”, “...una persona que necesita ayuda”, “...una gente a la que se le debería castigar con todo el peso de la ley”; y un niño abusado sexualmente es una “...víctima de un enfermo”, “...alguien que necesita ayuda”, “una persona

desprotegida que requiere apoyo”, “...un angelito que debe ser ayudado antes para que sepa cuidarse de esos enfermos”.

Sobre don Cornelio García se señaló lo siguiente: “...es una gran persona que nos hace sentirnos viajeros en el tiempo cuando muestra nuestra música, que ya casi no se escucha, y nuestras tradiciones y artesanías”, “...es muy agradable, sabe muchas cosas, y a tenido oportunidad de viajar, y por eso nos comparte”, “...es una gente como nosotros, que habla como cualquiera de nosotros, y que ha trabajado como nosotros, lo diferentes que el está preparado para salir en la televisión”, “...es muy entretenido porque cuenta muchas anécdotas”; y sobre los músicos del mariachi dijeron que “...son parte de nuestras grandes tradiciones”, “Representan la identidad de nuestro estado y de nuestro México”, “...contagian alegría y ganas de escucharlos”, “...son muy buenos, y mejores que otros que salen en la televisión por influencias”.

Tomando como referencia estas enunciaciones podemos decir que las representaciones que el público construye sobre cada uno de estos sujetos proyectados en pantalla se pueden describir de la siguiente forma:

Un paidófilo es un sujeto enfermo, perverso, peligroso para los niños y para el conjunto de las personas. Debe recibir tratamiento psicológico pero también ha de ser castigado.

Un niño con abuso sexual es una persona desprotegida, víctima de un adulto agresor, que necesita ser prevenido y ayudado para evitar que sea atacado sexualmente.

Cornelio García es una persona que sale en la televisión, y que es viajera, agradable, conoedora, solidaria, platicadora, que se identifica con las experiencias y las formas de ser y de expresarse de la gente del pueblo, que con sus programas muestra la diversidad de la cultura mexicana

El mariachi es representativo de la identidad y de la tradición mexicana y de Jalisco, contagian alegría y entusiasmo, tienen calidad y no reciben apoyo de influencias como los que salen en las televisoras comerciales.

Con este nivel del trabajo cerramos el recorrido por el reconocimiento por diferentes procesos asociados a la producción, circulación y significación de programas de un canal público de Jalisco como lo es C7. Queda la pregunta ¿cuáles son las reflexiones que a los niveles nivel conceptual, metodológico y práctico nos ha generado este estudio? A continuación presentamos las conclusiones que construimos a partir de esta labor de indagación y reconstrucción realizada.

3.10 Recuperación analítica general.

Después de considerar los resultados obtenidos en este trabajo de indagación podemos concluir aspectos como los que a continuación mencionaremos.

Los programas analizados constituyen expresiones narrativas que pueden entenderse desde su dimensión técnica de construcción y uso del lenguaje audiovisual, sin embargo, se hace necesario comprenderlos como una manifestación sociocultural en su origen y desarrollo.

En los programas se pudieron reconocer formas de lenguaje verbal (oral y escrito) y lenguaje no-verbal (escenografía, iluminación, vestuario y manifestaciones gestuales y kinestésicas de los participantes). En un sentido general podemos decir que mientras que en los programas *Póptico* y *Modular* resalta la importancia de los sonidos-música y de las imágenes, en el programa *Estrategias al Cubo* se da prioridad al sonido-palabra. En tanto que en el programa de *Cantares* y *Costumbres* se destaca el uso de sonidos-palabra y sonidos-música. La base de la relación narrativa con el televidente radica en la creencia de los actores sociales de los programas que creen que pueden contar algo significativo al público, en tanto que éste muestra disposición para conocer el relato del narrador televisivo a través de estos tipos de lenguajes que utiliza.

Los programas, cada cual a su manera, construyen discursividades que se expresan en relatos audiovisuales. Pudimos reconocer como el programa *Cantares* y *Costumbres* cuenta, a través de micro relatos contenidos en cantos, música, diálogos y monólogos, formas de ser cultural de pueblos, regiones, grupos y personajes a través de hablar de situaciones, hechos, creencias, tradiciones y costumbres. Los referentes para la construcción esta narrativa son de diferente tipo: el origen, las características o interpretaciones del grupo musical o cantantes que participan, los invitados que comparten sus experiencias de creación y/o circulación de algún

producto cultural, los correos electrónicos y llamadas realizadas por el público; y los propios monólogos contruidos por el conductor principal (Cornelio García). Las narrativas verbales de este programa se constituyen por relatos parciales no siempre articulados entre sí. Estas pequeñas historias hacen referencia a situaciones de la vida cotidiana. Por su forma estas narrativas hacen uso de un lenguaje coloquial-popular, plagado de recursos como la anécdota, el dicho, el refrán y la broma. Se estructuran con una lógica que incluye actores ubicados en espacios y tiempos determinados, acciones desarrolladas por esos mismos actores, y una problemática particular involucrada en ese relato. Y se cuentan con una gran carga afectiva.

En el programa de *Estrategias al Cubo* se reconoce una narrativa verbal que hace uso de un tipo de lenguaje más académico y especializado. El referente fundamental para la construcción narrativa es la propia temática definida para cada uno de los programas. Dentro de la narrativa general que el propio programa objetiva, se entrecruzan micro-relatos provenientes de los diferentes participantes: los invitados, el conductor central (Paco), el conductor secundario (Jorge), el público (con llamadas, correos y opiniones para encuestas) y el productor, a través de las cápsulas. En estas narrativas suele utilizarse el recurso de convertir una realidad en problema, un problema en patología y una patología en sujeto independiente (se tiende a antropomorfizar la patología). En el tratamiento narrativo de la temática es recurrente la ejemplificación a través de casos des-localizados y des-temporalizados, generalizados y generalizables, fragmentados y a-historizados. El sentido que se genera es de vulnerabilidad, ineluctabilidad y sometimiento del televidente. Sólo en contados casos se utilizan expresiones propias del lenguaje popular. La narrativa aspira a expresarse como una discursividad científica, poniendo acento en la racionalidad.

En el programa de *Modular* la narrativa que se construye tiene como referente fundamental los acontecimientos ligados a los grupos de rock alternativos de la escena local tapatía. Esta narrativa también está formada por micro-relatos, que resultan de la participación de diferentes actores. Por un lado está el relato del conductor, que cuenta sobre las bandas de rock invitadas; sobre algunos antecedentes de los grupos que se presentan en los videoclips; sobre los invitados a los que se entrevista; y sobre sus experiencias musicales personales. Por otro lado está el relato de las bandas de rock que cuentan a través de las letras de sus canciones, a través de la dimensión sonoro-musical de dichas canciones, y por medio de las respuestas que emiten a las preguntas en la entrevista con el conductor. También se hacen presentes los relatos de las bandas

nacionales y extranjeras que cuentan historias a través de las letras y la música de sus canciones, y a través de las historias visuales que acompañan sus interpretaciones. Por otro lado están los relatos de chavos del ambiente cultural alternativo (miembros o no de grupos de rock) que asisten a los programas para contar lo que se ha hecho o se va a hacer al nivel de eventos rockeros alternativos en Guadalajara. Otros actores narradores son los integrantes de los grupos de rock local y nacional que relatan algunas de las técnicas que utilizan para ejecutar los instrumentos propios de las bandas de rock. El lenguaje verbal utilizado por el conjunto de los participantes, mantiene un tono informal, y hace uso de muchas expresiones propias del ámbito del rock alternativo. A partir de considerar estos elementos podemos decir que en este programa queda evidenciado el hecho de que más que una sola narrativa, este programa es una muestra de la inter-textualidad y articulación de micro-relatos que dan como resultado el producto general. Buena cantidad de las características narrativas propias del programa *Modular* se encuentran presentes en el programa de *Póptico*. Sólo que en este programa algunos de los actores narrativos cambian. Se mantienen como narradores los conductores, los invitados ocasionales, y los cantantes y grupos que se proyectan en los videoclips. Lo que se destaca en este programa es el ritmo rápido y el volumen alto que utilizan los conductores para expresarse, buscando con esto generar un sentido de dinamismo, jovialidad y espontaneidad para el programa.

El color como un elemento del lenguaje se utiliza de manera diferente en la entrada, escenografía e insertos en los programas. En cada caso se utilizan colores en las entradas que denotan una intención de otorgar cierto perfil de sentido a cada uno de los programas. En la entrada de *Estrategias al Cubo* domina el color azul, con menor saturación, que busca generar una sensación de formalidad, tranquilidad y relajamiento; en la del programa *Modular*, prevalece el color frío (café) y el tono negro, en tonos saturados, que junto con los íconos utilizados (una consola) buscan generar un sentido de producto *underground*, alternativo; en la entrada del programa *Cantares y Costumbres* se acentúa el uso de colores café y naranja, que pretende crear un sentido rústico, reforzado por los íconos tradicionales y costumbristas de los que se hace uso (Guacamaya, equipales, casas, etc.); la entrada del programa *Póptico* es la que resulta visualmente más llamativa por el tipo de colores vivos (rosa, azul) y tonos contrastantes que se utilizan, y la combinación que de ellos se hace.

Junto con el color se destaca el uso que se hace de íconos y de ritmo visual en las secuencias que se utilizan para estructurar la entrada de los programas. Los íconos se colocan

buscando reforzar una articulación con el perfil que se quiere otorgar a cada uno de los programas. En el programa *Modular*, el icono es una consola de música colocada en el piso. En el programa *Estrategias al Cubo*, se utiliza a un par de mujeres aprisionadas en un cubo. En el programa de *Cantares y Costumbres* se presenta como icono al propio Cornelio García (conductor). En tanto que en el programa de *Póptico* se utiliza una lata de refresco y a unas jovencitas bailando. Como unidades estructuradoras de las narrativas correspondientes, cada uno de estos iconos incorporan una parte del sentido general que el productor pretender dar al programa correspondiente: rock alternativo en el caso de *Modular*; solución a problemas en el programa de *Estrategias al cubo*; tradiciones y costumbres en *Cantares y Costumbres*; y levedad, juventud y diversión en *Póptico*. El mismo ritmo con que se construye la articulación de las tomas y la construcción de las secuencias de la entrada de los programas son un indicio del tipo de narrativas que se están ofreciendo: *Modular* pocas tomas y ritmo lento en la construcción de secuencias de imágenes, pero con un fondo de música “pesada”, intensa; *Estrategias al Cubo*, con imágenes animadas redundantes proyectadas en un ritmo pausado y cíclico, y con una música de fondo de tipo plano; *Cantares y Costumbres*, con una secuencia rápida de imágenes variadas, también animadas, con un son (*De la Guacamaya*) de fondo con mucho ritmo; *Póptico*, también con una secuencia rápida de imágenes distintas y una música persistente de fondo.

La escenografía, el vestuario y el comportamiento de conductores e invitados se constituyen en sí mismos en una narrativa discursiva que refuerzan el sentido de la narratividad del programa. La escenografía del programa de *Estrategias al Cubo* es minimalista, sobria, sencilla, que corresponde al sentido formal que se le pretende imprimir al programa. El vestuario de los conductores es convencionalmente formal. Sus manifestaciones corporales son mesuradas. No existe una gestualidad acentuada. En el programa de *Modular* se trabaja con una “doble” escenografía, una que corresponde al espacio donde se presentan las bandas de rock, y otro donde el conductor desarrolla el resto de la dinámica del programa (entrevistas, lectura de llamadas y correos, presentación de grupos, cápsulas y videoclips). El conjunto de elementos escenográficos dan cuenta de una intención narrativa de proyectar formas alternativas, informales y espontáneas. El vestuario del conductor es también convencionalmente informal, aunque sus movimientos son pausados y no existen exageraciones gestuales. En el programa de *Póptico* se trabaja con una escenografía sencilla, pero a la que se le quiere adicionar alegorías de

formas y colores con el uso de recursos improvisados (globos, pelotas, flores, etc.). El vestuario de los conductores es informal, y sus movimientos corporales y gestualidad son en extremo exagerados. El programa de *Cantares y Costumbres* utiliza una escenografía que tiene como intención el resaltar elementos de la tradición cultural mexicana, tales como el sarape, la cerámica artesanal y una guacamaya. De considerar el conjunto de estos elementos podemos concluir que las formas, los colores, el acomodo y la configuración escenográfica, se constituyen en unidades articuladas de lenguaje que estructuran una forma narrativa particular para cada programa, en la medida que cuentan, dan cuenta, comparten y generan sentido sobre las realidades que se proyectan. El vestuario del conductor principal es de tipo rural-tradicional. Sus movimientos y gestos son también remarcados.

Las narrativas de estos programas poseen una dimensión afectivo-emotiva que no resultan de la presencia y uso de un solo elemento, sino de una combinación especial de éstos en cada programa particular. Encontramos que lo afectivo-emotivo en algunos casos lo aporta la forma de expresión del conductor (*Cantares y Costumbres, Póptico*); en otros la experiencia viva de la música (*Modular*); o los videos proyectados (*Póptico*); y también los temas que se abordan (*Estrategias al Cubo*). Pero sin duda que esta dimensión no se activa solamente a partir de la narrativa misma, sino adicionando a ésta la participación re-configurativa de sentido del televidente.

La dimensión ideológica se encuentra presente en estas narrativas. Al omitir los procesos de historización asociados a las temáticas o problemáticas tratadas, los productores/conductores favorecen procesos de naturalización-cosificación de las realidades representadas en los programas. La repetición de este proceso en la secuencia de programas abona a fortalecer su institucionalidad discursiva-mediática-televisiva y sus manifestaciones de poder simbólico (en los términos de Thompson). Esta institucionalidad resulta favorecida por la manera en que se hace uso del lenguaje en cada programa, los conocimientos y creencias socio-históricas que se comparten, y el tipo de interacciones que productores/conductores establecen con el público a través de los diferentes niveles con los que se estructuran los programas.

Una de las objetivaciones de este poder se encuentra el ejercicio del monopolio de la palabra. Por lo general este monopolio lo ejerce el productor al determinar el sentido general del programa, y el conductor al acaparar el uso de la palabra en función del tiempo de duración de éste. El público es el sujeto de no-poder. Aunque participe con llamadas y/o correos

electrónicos, lo cierto es que todas las contribuciones del público se hacen bajo la lógica determinada por el sentido predeterminado para el programa. Resulta poco común que encontremos una aportación del televidente que resulte discordante a la lógica prevaleciente. El televidente termina por naturalizar e internalizar esta posición de subordinación y dependencia como normal, a partir de una percepción superficial y fragmentada favorecida por el propio programa.

Cuando el programa tiene dos o más conductores se manifiesta también una disputa por el poder de la palabra. Uno de ellos busca acaparar el tiempo de uso de ésta y resaltar la mayor importancia a su comentario. Esto se manifiesta claramente en el caso de *Estrategias al Cubo*, donde el conductor principal cede poca oportunidad de participación al otro conductor tanto en tiempo como en la calidad de los comentarios. El papel del segundo se reduce prácticamente a la lectura de las llamadas y a formular esporádicamente alguna pregunta. Prácticamente sucede lo mismo en el programa de *Póptico* y en el de *Cantares y Costumbres*. Resulta así que en los programas mismos se reproduce lo que sucede socialmente con el poder, se legitima el monopolio de la palabra y la actuación. Otra forma de ejercicio de poder que se desarrolla en los programas es la que ejercen los invitados que participan como especialistas (*Estrategias al Cubo*) o los invitados a ejecutar números musicales (*Cantares y Costumbres, Modular*).

A partir de lo dicho, podemos reconocer en los programas analizados una dimensión ideológico-discursiva que tiene su fundamento en el conjunto mismo de formas simbólicas utilizadas en los programas (escenografía, sonoridad, verbalización, textos, tomas, secuencias, vestuario, etc.). Los dispositivos ideológicos a través de los cuales se objetiva la dimensión ideológica de estas discursividades narrativas televisivas son diferentes para cada tipo de programa, aunque también comparten entre sí dispositivos comunes. Los programas estudiados no sólo informan o entretienen, sino que también valoran, jerarquizan, comparan, incluyen, excluyen y vehiculizan una manera de ver el mundo. Por ejemplo, consideramos que los programas de *Estrategias al Cubo* y *Póptico* operan a través de dispositivos de legitimación, de universalización y de simulación por eufemización. Adicionalmente *Estrategias al Cubo* utiliza la cosificación por esencialización psicológica y pasivización. Mientras que el programa de *Cantares y Costumbres* hace uso del dispositivo de narrativización, lenguaje figurado, eufemización, estandarización, unificación y cosificación por esencialización social y cultural.

En el programa de *Modular* es menos clara la dimensión ideológica y de poder, dado que en sí mismo este producto se construye a partir de dar espacio a manifestaciones de bandas consideradas marginales por los medios comerciales. De la misma manera en *Cantares* y *Costumbres* la parte musical se construye con invitados de origen popular. Esto nos debe llevar a la reflexión de que un producto televisivo de servicio público se estructura de manera contradictoria. No todo en él es legitimación ni reproducción del orden social dominante, también existe la impugnación. A partir de ambos sentidos y funcionalidad es que resulta una tensión permanente en las formas y contenidos de estas narrativas. Esta tensión no puede explicarse desde la narrativa misma, sino desde la propia dimensión ideológica aportada por las formaciones culturales de los productores y conductores televisivos de cada programa, y por el referente ideológico institucional del propio canal, que se constituyen en contextos históricos estructurales y subjetivos muy precisos. El poder de programas televisivos como los analizados se construye a partir de las formas narrativas en que se despliega, pero existe ya antes prefigurado en relaciones asimétricas de poder en el terreno de lo social y lo cultural, lo que se convierte en precondition para alcanzar su eficacia reproductora. Lo dicho en palabras o imágenes en un programa televisivo, no importa que se transmita por un canal público, favorece las relaciones de poder dominante cuando los conocimientos, las creencias, las normativizaciones y los valores que transmite son aceptados e interiorizados por los sujetos como pautas para orientar su acción práctica cotidiana individual y colectiva, y tienen como antecedente condiciones diferencia traducida históricamente en desigualdad a partir de esta interacción entre productores/conductores y televidentes.

Por otro lado, las narrativas televisivas y el lenguaje audiovisual utilizado son referentes para la construcción de las representaciones que se hace de los sujetos en los programas analizados. En cada uno de estos programas encontramos objetivados las características fundamentales que definen una representación social. Tomémos casos. Los especialistas invitados al programa de *Estrategias al Cubo* ofrecen al público explicaciones, por ejemplo, sobre los paidófilos y pederastas refiriéndose a ellos como si fuera la realidad misma y no representaciones de ella. Lo mismo ocurre cuando se habla de niños en el programa *Póptico*; cuando se hace referencia a grupos de rock en el programa *Modular*; o cuando se habla de los migrantes en *Cantares* y *Costumbres*.

Sin embargo, estas representaciones tienen repercusión entre los televidentes en la medida que se presentan como imágenes construidas, como formas simbólicas a las que se les materializa ya sea a través del relato anecdótico (*Cantares y Costumbres*), en descripciones estructurales sistemáticas (*Estrategias al Cubo*) o por medio de canciones (*Cantares y Costumbres y Modular*). Lo importante es que estas imágenes contienen un significado aportado por el productor, reforzado por el conductor y re-configurado por el televidente-receptor.

Estas representaciones resultan útiles al televidente en tanto que le aportan elementos de información que les permite construir explicaciones y orientar prácticas. Por ejemplo, después de haber visto un programa de *Estrategias al Cubo* sobre fobias, el televidente puede creer que está en condiciones de reconocer si él o alguien cercano tiene una fobia. También del programa obtiene datos sobre la manera de enfrentarla. O bien, del programa *Modular* se puede aprender alguna forma de cómo tocar un bajo eléctrico. Pero también las representaciones operan como una herramienta clasificatoria de sujetos y situaciones. De una representación sobre un presidente municipal, construida en el programa de *Cantares y Costumbres*, donde se le asocia con la responsabilidad, el cuidado, la sencillez y el trabajo, el televidente puede obtener una conclusión comparativa sobre los presidentes municipales que conoce o ha conocido.

La limitación del conocimiento que aportan las representaciones inmediatas sobre los “mariacheros”, el reciclaje, o las bandas de rock es que se construyen y fundamentan a partir de conocimientos del sentido común, aunque esto no significa que no sea sistemático en su propia lógica. Por tanto son conocimientos parciales, fragmentados y descontextualizados. Las representaciones sociales televisivas no son resultado de un proceso que se reduzca a su nivel técnico. Las representaciones televisivas son sociales por su origen, por su transmisión y por su recepción, y con una carga emotivo-afectiva significativa. La formación cultural de un productor tiene una dimensión colectiva-social. Está el caso de la representación de un “chirimiyo” responde a ese tipo de formación cultural del productor y el conductor de *Cantares y Costumbres*, la manera en que el conductor se refiera a él también es una expresión de su formación cultural. Entonces lo que se ofrece al televidente son imágenes representacionales que resultan de un proceso de construcción social y cultural, esto quiere decir, estructural e intersubjetivo. Estas representaciones televisivas tienden a institucionalizarse, tendiendo como referencias narrativas también institucionalizadas, a partir de formaciones culturales de la misma manera presentes y objetivadas en instituciones.

Al igual que las narrativas, las representaciones televisivas que se construyen en los programas contienen contradicciones evidentes abren y cierran las posibilidades de reflexión. Es positivo que en *Estrategias al Cubo* se hable, por ejemplo, sobre los derechos de las mujeres, pero no es correcto responsabilizar a las mujeres en lo individual de resolver la situación de discriminación que padecen. De esto se desprende que no hay representación televisiva ingenua, tengan o no conciencia de ellos los productores, conductores e invitados, las representaciones que se proyectan expresan visiones del mundo e intereses de determinado grupo social.

Después de este recorrido por el campo de las representaciones de los televidentes podemos afirmar que éstas se fundamentan en las experiencias de vida propias y en las representaciones proyectadas por los productores/conductores/invitados en un programa televisivo. Pero estas representaciones no resultan de un simple traslado que las lleva de la pantalla a la mente del televidente. El proceso es más bien constructivo. El televidente pone su parte. Al enunciar lo visto construye representaciones sobre otras representaciones, que vienen de otras representaciones tanto propias como de los otros. Las representaciones resultan de mediaciones sociales, y ellas mismas se constituyen en mediaciones de procesos posteriores. En un mundo complejo, donde las incertidumbres prevalecen, las representaciones televisivas cumplen la función de construir elementos de certeza para el pensamiento, la imaginación, la moral y las prácticas.

Aunque resultó interesante la manera en que fueron encontrando correspondencia el nivel de las formaciones culturales de productores y conductores con el nivel de las narrativas, y éstas con la dimensión de las representaciones, consideramos que es muy precipitado aventurarnos a afirmar que existe una correspondencia directa entre estos diferentes niveles. Incluso podemos destacar la necesidad de estudiar a la propia audiencia de los programas televisivos desde el nivel de sus formaciones culturales, tal como se hizo con productores y conductores. A lo más que podemos llegar es a señalar que existe una tendencia a la correspondencia, solamente.

CONCLUSIONES.

Las conclusiones de este trabajo de investigación no pueden considerarse como proposiciones definitivas ni completamente acabadas. Bajo el criterio de probabilidad más que de certezas absolutas, enseguida presentamos una serie de reflexiones personales que se desprenden de la experiencia desarrollada en la construcción y desarrollo de este proceso de investigación. Hemos intentado que estas conclusiones abarquen tres dimensiones ya de por sí contenidas en el estudio: la metodológica, la conceptual y la referida a los resultados obtenidos del estudio.

De entrada podemos decir que no fue fácil definirse por el estudio de esta problemática por varias cuestiones. Una, hablar de televisión en una investigación parece poco atractivo cuando se ha dicho tanto sobre procesos relacionados con este medio. De ahí el reto de plantear un estudio que rebasara los límites y las formas que venían marcando el sentido de este tipo de trabajos. Dos, hablar de televisión pública tampoco es muy aceptado, cuando en la mayoría de los casos este tipo de medio con control gubernamental de su programación y contenidos, y con una manifestación elitista de la cultura. Tres, en condiciones de predominancia abrumadora de la televisión comercial algunas posturas asumen un vacío de interés hacia la televisión pública, en la medida que la consideran poco trascendente como alternativa al proyecto televisivo predominante. Cuatro, otros más consideran a las propuestas de televisión pública como interesantes pero sin repercusiones en los públicos, agregando la idea de que las transformaciones en el consumo televisivo de las audiencias pasa más bien por instituciones como la escuela y la familia. De la misma manera que tener en consideración estas posturas representó identificar dificultades, asimismo, en su momento, nosotros reconocimos esta situación como posibilidades de clarificar en un caso concreto los argumentos que abonaran al reconocimiento de la necesidad de voltear la mirada analítica hacia este tipo de realidades. Pero también aprendimos que no se trata de sólo cambiar el objeto de estudio y mantener las estrategias tradicionales ya utilizadas en este tipo de indagaciones. De ahí que uno de los aprendizajes que nos dejó este trabajo fue el navegar por la posibilidad de construir otros referentes para el análisis, que permitieran hasta cierto punto innovar en la aproximación y tratamiento de la televisión pública como realidad de estudio.

En esta investigación pudimos identificar la importancia de superar la fascinación que proviene de quedar teóricamente atados a los conceptos ya establecidos, si se les considera acriticamente como acabados, a-históricos y susceptibles de utilizarse como simples herramientas para construir inferencias y analogías con el estudio concreto que se realiza. En esta investigación, la apropiación de los conceptos fue realizada bajo criterios que no se redujeron al simple propósito de des-estructuración lógica, sino además, buscó a una apropiación histórica del proceso de su construcción. Este camino de fragmentación analítica de los elementos, relaciones y configuración contenidas en los diversos conceptos (*cultura, televisión, narraciones, representaciones sociales, mediaciones y audiencias*) permitió el uso de la realidad de estudio como referente de articulación para orientar y vigilar el proceso de construcción de las categorías fundamentales utilizadas en la investigación, a saber: *formaciones culturales de productores y conductores televisivos, narrativas televisivas de C7 y representaciones sociales televisivas de los sujetos*. De esta manera los conceptos cumplieron su función de respaldo teórico y metodológico para realizar este proceso de re-construcción analítica que se tradujo en la construcción de categorías como las señaladas. En este proceso fue importante no desubicarse de una posición con una mirada múltiple y recorridos metodológicos variados: mirada a una perspectiva teórica, mirada a la realidad de estudio y mirada a los conceptos ordenadores; recorridos múltiples de la realidad a la perspectiva-de la perspectiva a los conceptos-de los conceptos a la realidad de estudio-de la realidad de estudio a las categorías-de las categorías (como mediaciones de los conceptos) a la realidad-de la realidad a la perspectiva-y de la perspectiva nuevamente a la realidad. Vale la pena enfatizar que se vigiló que estos recorridos no sólo tuvieran una consistencia lógica, sino que, además, mantuvieran su pertinencia histórica en la medida que recuperaran lo que la conceptualización y la realidad de estudio tienen de estructural, pero también de inter.-subjetividad, en tanto construcciones sociales de la realidad.

Se destaca de este estudio la potenciación que pueden alcanzar los conceptos cuando se les utiliza como referente para la construcción de categorías analíticas que sirvan de dispositivos para aproximarse a la comprensión de realidades investigativas concretas. Ocurrió que para la construcción de esta indagación buscamos enfatizar analíticamente la necesidad de la presencia del *sujeto* en cada momento y nivel del estudio. Más allá de una postura retórica por hacerlo presente bajo estrategias conceptualmente voluntaristas, en esta investigación pretendimos que

el *sujeto* histórico fuera el referente constante para el diseño, la implementación, la interpretación y la evaluación del proyecto realizado. Tener presente al *sujeto* obligó a indagar sobre las formas concretas de expresión y objetivación que éste adoptaba en diferentes manifestaciones de la realidad asociadas al estudio. Podemos decir que sin este criterio de *hacer presente al sujeto* hubiera sido muy complicado reconocer los programas de televisión como narrativas y éstas como objetivaciones construidas por prácticas de sujetos (productores y conductores). Metodológicamente esto significó alejarnos de la tentación de constreñirnos investigativamente al análisis estructural inmanente, a través de técnicas como el análisis de contenido. Para esto fue muy importante considerar a los productos comunicativos analizados no como simples programas de televisión, sino como expresiones de relaciones sociales históricas construidas por y desde los *sujetos*. De la misma manera, las narrativas televisivas interesaron como expresiones discursivas de objetivación de formaciones culturales. Lo que nos obligó a indagar sobre la relación que pudiera existir entre los programas como narrativas y las formaciones culturales de los productores y conductores considerados como *sujetos*. A su vez, bajo la lógica de visibilizar al *sujeto* resultó fundamental construir un tratamiento analítico de las formaciones culturales de productores y conductores volviendo a poner en el centro al *sujeto* constructor de sociedad y cultura y construido por la sociedad y por la cultura. Pensar las narrativas desde el sujeto implicó no sólo dimensionarlas como objetivación, sino también potenciar su función constructiva de la presentación de sujetos proyectados a través de la pantalla. Por otro lado, la audiencia construye representaciones sobre los *sujetos* proyectados, mediada por múltiples mediaciones. El criterio de hacer presente al *sujeto* fue fundamental en este nivel para comprender que la construcción de representaciones de determinados *sujetos* a través de narrativas televisivas, es una objetivación de otras representaciones previas contenidas en las formaciones culturales de los *sujetos* encargados de producir y conducir los programas. Y que, entonces, las representaciones construidas por la audiencia son representaciones sobre representaciones de los sujetos proyectados en pantalla mediadas por proyecciones objetivadas, internalizadas y sedimentadas en los productores y conductores considerados como *sujetos* en procesos previos.

El tener como finalidad la necesidad de hacer presente al sujeto obligó a buscar una perspectiva teórica que precisamente tuviera como uno de sus ejes de construcción el

reconocimiento del protagonismo del sujeto. Es por eso que nos inclinamos por respaldarnos en la propuesta que representan los estudios culturales. Tener presente al sujeto, también nos obligó a construir una definición epistemológica que estableciera la caracterización del sujeto y de la relación entre sujeto-investigador y sujeto-investigado. Nuevamente los estudios culturales nos permitieron establecer los presupuestos que a este nivel se requerían. De ahí que a lo largo de toda la investigación se considerara que la relación con el objeto de estudio debía reconocerse como una relación de construcción mutua entre sujetos con diferentes ubicaciones en el trabajo de investigación. Pensar la metodología desde el *sujeto* permitió rebasar esa idea que se preocupa por dotar la secuencia lógica a los diferentes momentos de la investigación. Nuestra atención estuvo dirigida a articular la investigación desde la realidad de los procesos manifiestos en que se encontraba involucrado el *sujeto*. Y como el *sujeto práctico* es contradictorio, se hizo necesaria una metodología que manteniendo la consistencia lógica, al mismo tiempo no ignorara los procesos reales donde se objetivaba la presencia de los sujetos (productores, conductores, sujetos representados, audiencia, sujetos representados por la audiencia). Al nivel de los métodos utilizados también se hizo presente el concepto de *sujeto* como elemento orientador de la investigación en la medida que destacar la importancia del sujeto implicó utilizar rutas de acercamiento que nos permitieran colocarnos junto al sujeto, con espacialidades y temporalidades compartidas. De donde proviene la afirmación de que fue un estudio *in situ*. También esto posibilita comprender que las técnicas para acercarse a los productores, conductores y a una parte de la audiencia televisiva, fuera a través de técnicas que implicaron un contacto directo con ellos, tales como la observación y la entrevista. Aún más, la importancia que le otorgamos al sujeto en este estudio se va a traducir en una puesta en común de los resultados de este estudio con algunos de los sujetos considerados en esta investigación.

En todo momento mantuvimos la preocupación por construir este proyecto bajo criterios de holicidad, entendida como totalidad articulada retroactiva. Por eso consideramos necesario contemplar las fases de producción, de circulación y de consumo de las narrativas, asociadas cada una de ellas a diferentes dimensiones del estudio: producción a las formaciones culturales; circulación a las narrativas, objetivaciones de las formaciones culturales y representaciones de los sujetos; y consumo, a la apropiación y construcción de representaciones por parte de la audiencia. No se trataba de proponernos abarcar el conjunto de estas fases como una finalidad

en sí misma. Sabemos que el involucrar el conjunto de fases no garantiza por sí misma la comprensión reflexiva, holística y crítica de la realidad estudiada. Lo que se intentaba era dejar claro que una investigación que está en posibilidades de transitar por el conjunto de las fases del proceso comunicativo puede aportar elementos que evidencian de manera más clara las articulaciones y las tensiones presentes en él. Eso es lo que intentamos con este estudio. Es importante reconocer que se eligió como punto de entrada para la investigación los programas televisivos como narrativas, en la medida que consideramos que en ellos se objetivan las formaciones culturales de sus productores y conductores, al mismo tiempo que las imágenes que se proyectan en la pantalla, como lo visible, son un punto de acceso particular para la indagación y comprensión de las formaciones culturales y las representaciones previamente existentes en estos sujetos participantes. De la misma manera consideramos que los programas como narrativas son uno de los referentes básicos en la construcción de representaciones por parte de los televidentes, que a su vez ya traen al proceso de consumo televisivo otras representaciones adquiridas en experiencias significativas anteriores. Al final el estudio ganó profundidad, en tanto que colocó sobre la superficie de cada una de las fases aquellos elementos que permiten entender la lógica de funcionamiento articulado de cada de la producción con la circulación, de la circulación con el consumo, y de la producción con el consumo a través de la circulación, y de las mediaciones con cada uno de los niveles anteriores.

Consideramos que conceptos ordenadores de esta investigación (como cultura, narrativas y representaciones sociales) por sí mismos hubieran sido insuficientes para fundamentar la investigación realizada si no se hubiera operado en ellos un proceso de apropiación teórica para después reconstruirlos como categorías útiles para el estudio. Un logro significativo a nivel conceptual fue el de poder construir la categoría de formaciones culturales, y utilizarla como abstracción matriz para articular los otros conceptos también re-convertidos a categorías. Las repercusiones prácticas de este proceso se pudieron traducir en el desarrollo de un trabajo etnográfico hacia los productores de los programas, y en una ampliación posterior, para incorporar también a los conductores de los programas motivo del análisis. Nos planteamos desarrollar tener un diálogo intenso con los productores y los conductores. Realmente nos interesaba encontrar los puntos de relación entre sus formaciones culturales y lo expresaban a través de diferentes lenguajes en cada uno de los programas estudiados. Una vez realizado este

trabajo nos encontramos que el análisis arrojó datos interesantes. Los elementos estructuradores de las formaciones culturales, sobre todo su concepción de cultura de productores y conductores, se objetiva en mayor o menor medida en las narrativas construidas por ellos mismos. Por ejemplo es claro ahora, que no lo era antes, que la visión cultural del conductor Cornelio García coincide en lo fundamental con la perspectiva desde la que culturalmente se coloca Mario Robles, el productor del programa *Cantares y Costumbres*, y que a su vez esa visión se manifiesta en representaciones que encuentran su espacio de objetivación en la escenografía, el vestuario, los objetos y el lenguaje de los conductores y los invitados. Lo mismo se puede decir de la formación cultural de Francisco Gutiérrez (*Estrategias al Cubo*), cuya cuyo capital educativo acumulado queda evidenciado en la selección de temáticas, el uso del lenguaje especializado, la forma de vestir, la manera exhaustivamente honorífica de presentar a sus invitados y la forma de construir las cápsulas informativas, por señalar algunos elementos. Eduardo, productor y conductor de *Modular*, posee una formación cultural caracterizada por el gusto hacia las expresiones de rock alternativo (lo conoce y lo ejecuta) y por su interés por la difusión de este tipo de género. Esto queda plasmado en el tipo de programa que construye, los comentarios que realiza, los grupos que invita, las promociones que favorece, etc. En tanto que en el programa de *Póptico*, queda objetivada la formación cultural de Christian (co-productor y conductor) que se ha formado en una familia que gusta de la música, él, además, se desenvuelve como DJ, y gusta de la música llamada *pop*. Precisamente lo *pop* queda expresado en el género al que responde el programa y en todos los elementos que lo configuran. En cada uno de estos aspectos se nota la presencia de Christian, incluso en su propia forma intensa de conducir.

Por otro lado, podemos señalar que el sujeto es constituyente fundamental del proceso mediante el cual se genera conocimiento social. No es exclusivo del productor/conductor televisivo el generar conocimiento sobre los sujetos sociales representados en sus narrativas. Considerarlo de esta manera, es reducir al programa televisivo mismo la responsabilidad en la generación de conocimiento y significación. El conocimiento social sobre un sujeto proyectado resulta de una articulación entre lo que se produce, lo que se presenta y la manera en que se re-significa la representación televisiva del sujeto por parte del televidente.

Podemos establecer también que el conocimiento generado en una narrativa televisiva produce, de diferente manera, a los tres sujetos que intervienen en este proceso. Al productor lo produce reforzando o redefiniendo sus conocimientos y competencias relacionadas con su labor de producción narrativa. Al sujeto representado en el programa lo produce en la medida que le posibilita reafirmar o modificar la autoimagen que tiene sobre sí mismo. Al televidente lo produce en tanto que le proporciona información y valoraciones sobre el sujeto representado que le son útiles para orientar su comportamiento en la vida cotidiana.

Para el sujeto esto se expresa en una doble separación: separado de sí y separado del objeto. Separado de sí mismo en tanto que no logra constituirse como individuo autónomo, no condicionado, o por lo menos con tal claridad que le permita reconocer las determinaciones sociales en las que está inmerso. Separado del objeto en los términos en que ya el viejo Marx se refería al fetichismo de la mercancía. La separación en el sentido de que lo que ahí representa el productor/conductor televisivo, más que provenir de una determinación personal, resulta de una determinación previa construida por su propia formación cultural.

Algo similar puede decirse de la separación que ocurre entre el sujeto representado y la narrativa televisiva. El sujeto representado (campesino, joven, mujer, anciano v.gr.) es separado de sí en la medida que su proyección en la narrativa lo transforma, lo modifica, y lo parcializa. En la narrativa sólo se presenta una parte de él como sujeto, aquella parte que es útil para la imagen que quiere construir el productor. Se omite el resto. Así, aunque ante los ojos del televidente aparece como un sujeto total, realmente es un sujeto mutilado por el género, el formato, y los recursos del lenguaje audiovisual propios del medio televisivo. El sujeto representado también es separado del objeto, en este caso la narrativa como producto televisivo. Aparece, se ve, incluso parece que protagoniza, ocupa el ancho de la pantalla. Sin embargo, nada del programa le pertenece. No participa en ningún momento en la toma de decisiones que incide en la definición de las características finales que debe asumir el producto. Se ve para no verse.

Así, el orden simbólico regula el intercambio de objetos, de sujetos y de mensajes. El sujeto es el individuo que intercambia, objeto es lo intercambiado. El orden simbólico plasmado en formaciones culturales precede a toda manifestación del sujeto. Se expresa como un diálogo permanente entre significaciones sociales a los que los sujetos se incorporan bajo contextos de

un diálogo ya iniciado. Esto explica que: “Al ser sujetado por el orden simbólico, el sujeto queda dividido en sujeto de la enunciación y sujeto del enunciado. El sujeto es representado en la cadena hablada por un significante. Asimismo quedan representados los objetos. Con lo que el sujeto, desde el principio, se pierde a sí mismo y pierde el objeto. Queda, como residuo, el inconsciente: el resto de lo que en el sujeto no es capturado por el orden simbólico (lo no semiotizable)” (Ibáñez, 1990: 189).

Entonces, intentar comprender a los sujetos sociales implica tomar en cuenta los anclajes históricos-socio-culturales desde la que se desenvuelven sus prácticas (sexo, raza, edad, nivel socioeconómico, recursos de identidad, espacio-temporalidad, instituciones donde participan, etc.) La aproximación al conocimiento de los sujetos sociales requiere colocarles en sus contextos históricos específicos. Productores, sujetos representados en narrativas y televidentes pueden encontrar afinidad compartida en algunas de estas características. Sin embargo, en la estructura social se encuentran ubicados en posiciones distintas y con funciones jerárquica y diferencialmente asignadas. El sujeto social representado (joven, mujer, anciano, indígena, funcionario, desempleado, etc.) se ubica en escenarios concretos (calle, casa, asilo, campo, oficina, parque) desde donde desarrolla sus prácticas (socializar, trabajar, sobrevivir, sembrar, dictaminar, buscar) en interacción con otros sujetos (amigos, familiares, trabajadoras sociales, otros trabajadores, otros parados) generando sentidos (amistad, rutina, dedicación, inactividad, gobierno, flojera). El productor televisivo activa las estructuras contenidas en su formación cultural. Realiza una producción televisiva. Construye narrativas televisivas donde representa a estos sujetos sociales. Los sujetos representados se ven en pantalla, los televidentes también los ven. Se activan sus formaciones culturales. Generan sus propias representaciones de lo visto, del verse y del verlos. Los mismos productores televisivos se ven en lo representado y a través de eso ven a sus televidentes.

Para los propósitos de esta investigación es muy importante transitar de los niveles abstractos a los concretos, y de estos nuevamente a los terrenos de las abstracciones. Bajo esta lógica consideramos importante incorporar en las conclusiones de este estudio la relación que reconocemos entre los resultados concretos obtenidos del análisis de los programas de interés respecto al marco contextual más amplio representado por la televisión pública.

Si partimos del presupuesto de que los canales públicos deben cumplir requisitos de diversidad cultural, étnica y social, y de pluralidad política, para poder concretar de manera democrática sus tareas de informar, comunicar, entretener y educar valdría la pena revisar hasta dónde los programas de C7 que se atendió en este estudio cumplen de manera general con estos propósitos. Podemos decir que el programa de *Cantares y Costumbres* se destaca por proyectar imágenes de diversidad cultural, aunque reducidos al campo de la cultura popular. Es sobre todo un programa informativo y de entretenimiento. El programa de *Estrategias al Cubo* presenta fundamentalmente una diversidad de carácter social, y se plantea como propósitos el informar y el educar. El programa de *Póptico* proyecta elementos de diversidad cultural a través de los videos que presenta, y su función es sobre todo la de entretener. Mientras que el programa de *Modular* presenta esencialmente la diversidad cultural a nivel de subgéneros musicales del rock no comercial. En este sentido, se puede concluir que los programas analizados expresan de diferente manera y con distinto grado una diversidad cultural, ya sea por las temáticas, el tratamiento o por los actores sociales presentados.

De la misma manera se puede plantear que cada uno de estos programas aporta elementos en la exposición de lo local, regional, nacional e internacional a través de la pantalla. El programa *Cantares y Costumbres* es un buen ejemplo de la manera en que lo local se expresa regional e internacionalmente (este programa ha sido reconocido como el que más gusta entre los televidentes de habla hispana en EUA que sintonizan la señal de DirectTV-Mexicanal-412); o bien el programa de *Modular*, que al mismo tiempo que es un espacio para promover el rock local, también es consumido en toda la Unión Americana; o en el caso del programa *Póptico* cuya labor es traer los videos internacionales para el consumo local de los televidentes de este canal público.

Una de las exigencias que se le plantea actualmente a los canales públicos es la de que sean capaces de presentar programáticamente propuestas totalmente diferentes a las construidas desde la televisión comercial. Consideramos que *Cantares y Costumbres*, *Estrategias al Cubo* y *Modular* son programas que por su contenido, estructuración y tratamiento se diferencian de cualquier otro producto que se trasmite por la señal abierta de la televisión privada de Jalisco.

Para algunas personas la existencia de las televisoras que operan por señal de cable, representan una amenaza para las televisoras públicas en la medida que ofrecen algunas

propuestas de programas culturales que venían siendo producidos por los canales culturales. En Jalisco esto sólo es parcialmente cierto, dado que la inmensa mayoría de la población no está conectada a la televisión por cable. De cualquier manera, para los canales públicos como C7, es importante considerar el diseño y la realización de programas con sentido verdaderamente de interés social, y con la calidad suficiente para competir con esos productos de las televisoras privadas.

No se debe olvidar que un canal público como C7 tiene una gran responsabilidad social con los públicos y con los ciudadanos en general, en la medida que su carácter público tiene una dimensión de subsidio, donde es la población con sus impuestos que financia la existencia y funcionamiento del canal. No es el gobierno el que cumple esa función. Él es sólo un mediador entre la sociedad y el canal televisivo.

Una de las dificultades que enfrenta el desempeño de la televisión pública es el que interna y externamente se desenvuelve en un contexto dominado por la lógica de mercado y la ganancia. Ante esto existen tendencias que pretenden realizar una lectura de este medio bajo criterios empresariales, mercadológicos y de *rating*. Olvidándose de la especificidad de este tipo de medio público. El error contrario radica en hacer abstracción de estos contextos y colocar a éste en el limbo, alejado de las innegables contradicciones y presiones que implica ubicarse en un mundo predominante capitalista, mercantil. De estos contextos provienen el fantasma de los recortes presupuestales y la privatización.

Por otro lado, reconocemos ahora con mayor claridad el papel que cumplen las instituciones en la configuración de los contenidos de los productos televisivos que se proyectan en C7. En el trabajo se pudo mostrar la manera en que las directrices que se fijan al nivel de políticas culturales del gobierno estatal, son retomadas al nivel de los objetivos, las estrategias y las políticas de la Secretaría de Cultura Jalisco, y cómo estas, a su vez, se concretizan en representaciones de la cultura y del trabajo de producción y conducción en los programas analizados, como parte de un proyecto institucional más amplio de C7 y del SJRYT. Lo más significativo radica en que a partir de este recorrido de contextualización institucional de los programas podemos reconocer uno de los orígenes de la dimensión ideológica que poseen estos programas televisivos. Queda pendiente una labor más minuciosa de análisis encaminada a clarificar con mayor contundencia estos procesos de construcción y operación de la dimensión

ideológica de las narrativas televisivas de este canal público. Si la ideología se asocia con el conjunto de procesos de generación de ideas, creencias, representaciones e imaginarios que coadyuvan a la reproducción del proyecto dominante, entonces podemos comenzar a indagar sobre aquellos aspectos que están presentes en este tipo de programas televisivos y que fortalecen una visión dominante de la cultura, del sujeto, de las prácticas, de las interacciones y de las instituciones sociales involucradas en este proceso.

Un reto para la producción de programas de canales públicos como C7 es comprender que los contextos han cambiado, y que las funciones que tradicionalmente se le han asignado a estas instituciones deben revalorarse. Por ejemplo, se debe re-pensar la manera de concebir los problemas de identidad y cultura nacional, de educación y de desarrollo social que fueron asociados como tareas a cumplir por los canales públicos en tiempos pasados. Es necesario, asimismo, modificar las visiones tradicionales de la cultura que orientan el trabajo de producción, conducción y realización de un programa de la televisión pública. Se han de cambiar los modelos paternalistas y miserabilistas de concebir al público y a los ciudadanos. Adicionalmente, los canales públicos deben buscar ofrecer variedad en sus contenidos, en sus formatos y en sus géneros. Considerando estos criterios, creemos que queda mucho por hacer, considerando las características que se han destacado en los programas analizados. Además de que es necesario superar la parcialidad y la descontextualización en el tratamiento de las problemáticas que se aborden en los programas, incluidos los programas de entretenimiento.

También concluimos que los programas televisivos públicos/culturales que necesitamos en la televisión pública son aquellos que orienten su producción y difusión considerando los cambios que se vienen operando en la sociedad, que contemple una estrategia cultural incluyente de la diversidad cultural que actualmente se vive en la entidad. De ahí que estos programas han de expresar las nuevas problemáticas y procesos que se desarrollan en la vida social, buscando ampliar las voces que se manifiesten en la pantalla, haciendo efectiva la pluralidad en la televisión cultural; sus contenidos deben dar cuenta de una concepción de la cultura que rebase el criterio de difundir lo erudito y lo folklórico, y sean capaces de integrar lo científico, lo tecnológico, lo estético y lo popular; el lenguaje de las imágenes debe llevar al consumidor de televisión cultural a desarrollar un proceso educativo donde aprenda de la lectura de la secuencia de imágenes y no con las imágenes, no se trata simplemente de ilustrar

la cultura; las verbalizaciones en los programas de la televisión pública deben ser espontáneas, sinceras, constructoras de imaginación, sensuales (estimulando todos los sentidos), estimulantes de la criticidad; se debe evitar el lenguaje rígido, cerrado, incomprensible para la mayoría del teleauditorio, por lo que se debe verbalizar para que los demás entiendan, no para establecer distancias; se debe hablar con el firme propósito de establecer una verdadera comunicación; los programas deben alejarse del fetiche del inmediatismo, es necesario contextualizar las problemáticas que se abordan, relacionar espacios, tiempos y sujetos, y recurrir a las memorias vivas y a las raíces, aunque esta tarea implique conflicto con los intereses del proyecto dominante (estratégicamente hay que saber hacerlo); los programas culturales no deben ser producidos ni circulados con una posición purista, de no contaminación de los criterios, formas y contenidos de la televisión comercial, pero tampoco debe caer en el extremo opuesto de copiar lo que allí se hace, se puede aprender de lo que se hace en televisión comercial, sin que esto signifique simplemente trasladar los formatos, pero ahora proyectados en un canal cultural (esta práctica expresa desconocimiento de lo que es la función de la televisión cultural, además de una falta enorme de creatividad); los programas culturales requieren participantes con entrega, con conocimiento de las políticas, con creatividad para traducir las iniciativas generales en proyectos y productos particulares adecuados; los participantes en los programas deben evitar el vicio del *vedettismo*, el protagonismo, el narcisismo; los programas de la televisión cultural no deben convertirse en el escaparate de individuos, hombres y mujeres que busquen proyectar su imagen; los programas culturales deben aspirar a la calidad en sus producciones, la cultura no está reñida con la calidad ni con la imaginación creativa, la carencia de recursos técnicos y económicos no debe ser pretexto para la proyección de productos de mala calidad; los programas culturales pueden ser una herramienta de gran utilidad para la rearticulación del tejido social, siempre y cuando sean capaces de recuperar en sus contenidos las preocupaciones, los sentires, los deseos y las experiencias de los habitantes de esta entidad; estos programas pueden favorecer la integración, en la diversidad, de los diferentes municipios, barrios, sectores y colonias de la entidad, ricos en actores y acciones culturales; estos productos no deben tener como propósito la simple transmisión de la cultura, se debe buscar que el televidente desarrolle una actividad de apropiación del mundo cultural, esto significa que el televidente se convierta en productor de cultura, en sujeto activo, crítico, con placer de consumir para crear; y la televisión

cultural debe ser un medio de construcción de esperanzas para una vida mejor, donde quepan todos y todas. El siglo veintiuno o es el siglo de la cultura o no es siglo.

En este terreno es fundamental reconocer que la televisión que se tiene es un espejo más o menos fidedigno de la sociedad en que se vive. De la misma manera podemos decir que tener claro la sociedad que se aspira a construir es fundamental para determinar el tipo de canal televisivo y programas que se deben construir, como mediaciones para el logro de esos objetivos.

En el caso de C7, se deben promover procesos intencionados de mayor vinculación con la sociedad jalisciense a partir de sus propuestas programáticas, considerando que la aceptación, el reconocimiento y la legitimidad social de un canal como este, proviene fundamentalmente de los ciudadanos. Consideramos que es necesario reflexionar sobre la tarea de visibilización de los ciudadanos que debe desarrollar un canal público. Nadie puede objetar que en los programas analizados hay un trabajo de exposición, presentación visibilización de sujetos. Desde nuestro punto de vista el problema no se reduce a la visibilización de un sujeto o un grupo, sino de cómo se visibiliza, para qué se hace y muy, importante, a quién se visibiliza y a quién o quiénes se deja de visibilizar. En el asunto de la visibilización ciudadana no se debe confundir el avance con el punto de llegada. De nada sirve tener la pantalla llena de imágenes ciudadanas si esto no se traduce en un verdadero proceso de democratización en el acceso, la producción y la proyección de la propia ciudadanía. Los programas televisivos de la televisión pública se deben convertir en escenarios amplificados del espacio público y del desarrollo democrático. No olvidar que un canal público forma parte de la esfera colectiva de la ciudadanía. De ahí que se hace indispensable promover una mayor participación y representación de la población en estos proyectos televisivos. Recordando que producir más información y más imágenes de ciudadanos y de espacios públicos no significa que haya una participación más democrática y equitativa de éstos. Se necesita que los ciudadanos comiencen a decidir que es lo que quieren ver en la pantalla, que no quieren ver; y también comiencen a “tomar las cámaras y micrófonos” para producir sus propios programas.

Todos estos cambios deben trascender al medio público y alcanzar las televisoras privadas. Se ha de entender que el servicio público de un canal televisivo debe formar parte también de las responsabilidades de los canales privados.

Es grande la responsabilidad que tienen bajo sus hombros los canales públicos como C7, pero también es cierto que este tipo de medios son indispensables en la tarea de hacer contrapeso a las televisoras privadas. Por eso, partiendo de la experiencia de los programas estudiados, debemos considerar que los canales públicos deben ser amplios por su cobertura y accesible para su consumo. Deben construir una programación que no raye en lo elitista pero tampoco sea simple copia de los productos comerciales. Han de ser autónomos tanto del mercado como del gobierno. Y han de tener claro que el carácter público de un canal se construye paulatinamente, consiguiendo ser colectivo en sus fines y participación, visible para exponer lo que interesa colectivamente, y accesible por su uso común.

Como el conocimiento de esta problemática no se agota con este trabajo, esperamos que las reflexiones finales que ofrecemos puedan ser útiles para alentar otros estudios en este terreno que coadyuven a subsanar los vacíos que necesariamente deja sin llenar un estudio como el realizado.

FUENTES DE CONSULTA.

Bibliografía.

Aceves Lozano, Jorge E. (1998) *La historia oral y de vida: del recurso técnico a la experiencia de investigación*. En Luis Jesús Galindo Cáceres (coordinador): *Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación*. Addison Wesley Longman, México.

Albano, Sergio (2004). Michel Foucault. *Glosario epistemológico*. Editorial Quadrata, Buenos Aires.

Álvarez Tosatado Pérez Casas, Jimena (2003). *Acercamiento a la definición de televisión cultural*. Tesis de licenciatura de la Universidad Intercontinental, México, DF.

Arévalo Zamudio, Javier (1985). *Consideraciones sobre la televisión cultural*. Se publicó en COSNET: La televisión educativa en México. COSNET/SEP, México.

Ayús Reyes Ramfís (2001). *El discurso de las pasiones o las pasiones del discurso: incursión al análisis de narrativas pasionales*. Se publicó en: *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas* Vol. VII, época II, No. 14. Editorial: Programa Cultura Universidad de Colima.

Bajtín, Mijaíl M. (2000) *Yo también soy (Fragmentos sobre el otro)*. Editorial Taurus, México.

Bauman, Zygmunt (1997). *Legisladores e Intérpretes. Sobre la modernidad, la postmodernidad y los intelectuales*. Universidad de Quilmas, Buenos Aires.

Berger, Peter L. y Thomas Luckmann, (1997). *Modernidad, pluralismo y crisis de sentido*. Ed. Paidós. Barcelona, España.

(2003). *La construcción social de la realidad*. Ed. Amorrortu. Buenos Aires, Argentina.

Bartholy, Claude-Marie y J.-P. Despin (1976). *Prolegómenos para toda una ciencia de la cultura*. Tomado de la culture: anthrologie, ethnologie, sociologie, Colection Critique. En La teoría y el análisis de la cultura, de Gilberto Giménez Montiel. Editado por SEP, Universidad de Guadalajara y COMECOSO, 1987

Beriain, Josetxo (1990). *Representaciones colectivas y proyecto de modernidad*. Ed. Anthropos, Barcelona España.

Blanco, Desiderio (1989). *Claves Semióticas: Comunicación-Significación*. Editorial. Universidad de Lima, Perú.

Bourdieu, Pierre (1987) *Habitus, Ethos, Hexis...y Algunas Propiedades de los Campos*. Incluido en Giménez Montiel, G. La Teoría y el Análisis de la Cultura / G. Giménez Montiel (Ed.). Universidad de Guadalajara, México, 1987.

(1990). *Sociología y cultura*. Ed. Grijalbo/CONACULTA. México.

(1995). *Respuestas por una antropología reflexiva*. Editorial Grijalbo, México.

(1997). *Sobre la televisión*. Editorial Anagrama, Barcelona, España.

(1999) *¿Qué significa hablar? Economía de los intercambios lingüísticos*. En "Lenguaje y poder simbólico". Akal, Madrid, España.

(1999b). *Contrafuegos. Reflexiones para servir a la resistencia contra la invasión neoliberal*. Editorial Anagrama, Barcelona, España.

Bubnova, Tatiana (2000). Introducción al texto de Mijaíl Bajtín, Mijaíl M. *Yo también soy (Fragmentos sobre el otro)*. Editorial Taurus, México.

Burke, Peter (1996) *Hablar y callar. Funciones sociales del lenguaje a través de la historia*. Gedisa. Barcelona. Notas para una historia social del silencio en la Europa moderna temprana.

Candor, Susan y Charles Antaki. *Cognición social y discurso*. En Van Dijk, Teun A. *El Discurso como estructura y proceso*. Editorial Gedisa, Barcelona, España, 2000.

Carranza Isolda E. (1997). *Argumentar narrando*. Se publicó en: Versión, Estudios de Comunicación y Política No. 7. Editorial: UAM Xochimilco, México.

Castells, Manuel (1999). *La era de la información: economía, sociedad y cultura*. Vol. I, Siglo Veintiuno, Editores, México.

Cevallos, Maritza y Gabriel Alba (2003) *Representaciones del poder. Sujetos, metáforas y espacios de comunicación, cultura y poder*. En Signo y Pensamiento No. 43, Volumen XXII, julio-diciembre. Departamento de Comunicación. Facultad de Comunicación y Lenguaje, Pontificia Universidad Javeriana.

Cirese, Alberto (1976). *Cultura hegemónica y culturas subalternas*, Tomado de Cultura egemonica e culture subalterne, Palumbo Editore, Palermo. En “La teoría y el análisis de la cultura”, de Gilberto Giménez Montiel. Editado por SEP, Universidad de Guadalajara y COMECOSO, 1987

Cortés Rodríguez, Luis y Ma. Matilde Camacho Adarve (2003). *¿Qué es el análisis del discurso?*. Ediciones OCTAEDRO, Barcelona, España.

De Souza Minayo, María Cecilia (2003). *El concepto de representaciones sociales dentro de la sociología clásica*. En Guareschi, A. Pedrinho y Sandra Jovchelovitch (orgs.) *Textos Em Representacoes Sociais*. Editora Vozes, Petrópolis, R. J. Brasil.

De Varine, Hugues (1976). *La economía de la cultura*. Tomado de *La cultura des Autres, Blitions du Seuil*, París. En *La teoría y el análisis de la cultura*, de Gilberto Giménez Montiel. Editado por SEP, Universidad de Guadalajara y COMECSO, 1987

Durham, R. Eunice (1984). *Cultura e ideologías*. Tomado de *Dados*. En *La teoría y el análisis de la cultura*, de Gilberto Giménez Montiel. Editado por SEP, Universidad de Guadalajara y COMECSO, 1987

Establet, Roger (1966). *Cultura e ideología*. Tomado de *Cahiers Marxistes-leninistes*, publicados en *Ecole Normale Superieure*. En *La teoría y el análisis de la cultura*, de Gilberto Giménez Montiel. Editado por SEP, Universidad de Guadalajara y COMECSO, 1987.

Esteinou Madrid, Javier (1993). *Televisión de Estado ¿para qué?*. Se publicó en Toussaint (coord.) *¿Televisión pública en México?* Consejo Nacional para las Cultura y las Artes, *Pensar la Cultura*, México.

Esteinou Madrid, Javier (1994). *Televisión pública y desarrollo cultural*. Se publicó en *Reflexiones Universitarias No. 6*, UAM-Xochimilco, México.

Fadul, Ligiana, Fátima Fernández, Héctor Schmucler (1985). *Satélites de comunicación en México*. En *Comunicación y Cultura en América Latina*, No. 13, UAM-Xochimilco, México, DF.

Farr, Rob M. (2003). *Representaciones sociales: una teoría y su historia*. En Guareschi, A. Pedrinho y Sandra Jovchelovitch (orgs.) *Textos Em Representacoes Sociais*. Editora Vozes, Petrópolis, R. J. Brasil.

Fossaert, Robert (1983). *Cultura, civilización, ideología*. Tomado de la société, t. 6, Le structures ideologiques, Seuil, París. En *La teoría y el análisis de la cultura*, de Gilberto Giménez Montiel. Editado por SEP, Universidad de Guadalajara y COMECOSO, 1987

Fromm, Erich (1981). *Marx y su concepto de hombre*. Manuscritos económico-filosóficos. Editorial, Fondo de Cultura Económica. Breviarios, México.

Ferrés, Joan (1996). *Televisión subliminal. Socialización mediante comunicaciones inadvertidas*. Ed. Paidós. Barcelona. España.

Foucault, Michel (1992). *Microfísica del Poder*. Las Ediciones de la Piqueta. Madrid, España.

(2001). *Un diálogo sobre el poder y otras conversaciones*. Alianza Editorial, Madrid.

(2002). *El Orden del Discurso*. Tusquets Editores, Barcelona, España.

Freire, Paulo (1992). *La importancia de leer y el proceso de liberación*. Siglo Veintiuno Editores, México DF.

Fuentes Navarro, Raúl (1991). *La Institucionalización de la Comunicación como Ciencia Social en México. Algunos Aportes teóricos para su investigación*. Se publicó en *Comunicación y Sociedad* No. 13, CEIC Universidad de Guadalajara.

Fuenzalida, Valerio (2000). *La televisión pública en América Latina, reforma o privatización*. Editorial Fondo de Cultura Económica, Chile.

(2001) *Por una televisión pública para América Latina*. En *Televisión Pública: del consumidor al ciudadano*. Editorial Convenio Andrés Bello, Bogotá, Colombia.

Galindo Cáceres, Jesús (1986). *Investigación social y comunicación* Se publicó en: *Signo y Pensamiento* No. 9. Editorial: Pontificia Universidad Javeriana, Colombia.

García Canclini, Néstor (1987). *Ni folklórico ni masivo ¿qué es lo popular?*. Se publicó en: *Diálogos de la Comunicación* No. 17. Editorial: FELAFACS, Perú.

(1994). *Una modernidad que atrasa. La cultura bajo la regresión neoconservadora*. Se publicó en: *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas* No. 16/17. Editorial: Programa Cultura Universidad de Colima.

(1998) *La globalización en pedazos: integración y rupturas en la comunicación*. Artículo que se publicó en: *Diálogos de la Comunicación* No. 51. Editorial: FELAFACS, Perú.

Geertz, Clifford (1973). *Una descripción densa; hacia una teoría interpretativa de la cultura*. Tomado de *Interpretation of cultures*. En *La teoría y el análisis de la cultura*, de Gilberto Giménez Montiel. Editado por SEP, Universidad de Guadalajara y COMECSO.

Giddens, Anthony (1995). *La constitución de la sociedad. Bases para la teoría de la estructuración*. Amorrortu editores, Buenos Aires.

(1997). *Modernidad e identidad del yo. El yo y la sociedad en la época contemporánea*. Ediciones Península. Barcelona.

Giménez, Gilberto (1987). *La Teoría y el Análisis de la Cultura*. Editorial SEP, Universidad de Guadalajara, México, 1987.

Gómez Granados, Sofía (1989) *La televisión cultural como proceso de comunicación alternativa: el caso del programa Videocosmos*. Trabajo terminal, UAM-Xochimilco, México.

Gómez Vargas, Héctor (2001). "*Mundialización y cultura. Reflexiones en torno a algunos de sus dominios cognitivos*." Se publicó en: Anuario CONEICC de Investigación de la Comunicación VIII. Editorial: Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación, México.

Graesser, Arthur C., Morton A. Gernsbacher y Susan R. Goldman (2000). *Cognición*. En Van Dijk, Teun A. *El Discurso como estructura y proceso*. Editorial Gedisa, Barcelona, España, 2000.

Greimas, A. J. (1966). *Semántica Estructural. Investigación Metodológica*. Editorial Gredos, Madrid, 1966.

(1979). *Semiótica. Diccionario razonado de la teoría del lenguaje*. Editorial, Gredos. Madrid.

(1979). *Semiótica. Diccionario razonado de la teoría del lenguaje*. Editorial Gredos, Madrid.

Gringnon, Claude y Jean-Claude Passeron (1989). *Lo Culto y lo Popular. Miserabilismo y populismo en sociología y en literatura*. Ed. Nueva Visión, Buenos Aires.

Guareschi, A. Pedrinho y Sandra Jovchelovitch (orgs.) (2003). *Textos Em Representacoes Sociais*. Editora Vozes, Petrópolis, R. J. Brasil.

Guiraud, Pierre (1979). *La semiología*. Ed. Siglo XXI, México.

Ianni, Octavio (1995) *La Marcha de la Historia y Los Horizontes del Pensamiento*. Capítulos 6 y 9 de *La sociedad Global*. Siglo XXI, México.

Ibáñez, Jesús (1979). *Más allá de la sociología. El grupo de discusión: Técnica y crítica*. Editorial Siglo XXI, Madrid, España.

(1994). *Psicología Social Construccionalista*. Universidad de Guadalajara, México.

(1990) *La investigación social del segundo orden*. En “Nuevos avances en la investigación”, Vol. II. Ediciones Proyecto’a. Barcelona España. Compliador, Jesús Ibáñez.

Jensen, Klaus Bruhn (1995). *The social semiotics of mass communications*. SAGE Publications, London.

Jovchelovitch, Sandra (2003). *Viviendo la vida con los otros: intersubjetividad, espacio público y representaciones sociales*. En *Textos Em Representacoes Sociais*. Editora Vozes, Petrópolis, R. J. Brasil.

Jung, C. *Los Arquetipos y lo Inconsciente Colectivo*. Trotta: Fundación C.G. Jung, Madrid, España, 2002.

Karam Cárdenas Tanius (2003) *Macro-estructuras narrativas en la obra de Carlos Monsiváis*. Se publicó como capítulo en: Maldonado (Coord): *Investigación de la comunicación*.

México en los albores del siglo XXI. Editorial: Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, México.

Kenney, Bradford P. (1990). *Las distinciones del sujeto*. En “Nuevos avances en la investigación”, Vol. II. Ediciones Proyecto’a. Barcelona España. Compliador, Jesús Ibáñez.

Ley de Fomento a la Cultura. Decreto Número 18673. Publicación: 21 de diciembre de 2000. Sección II.

Ley del Patrimonio Cultural del Estado de Jalisco y sus Municipios. Número 17072. Aprobación: 18 de diciembre de 1997. Publicación: 20 de enero de 1998. Sección II.

López Laux, Lucio Arturo (1982). *Televisión cultural, cultura de la televisión*. Tesis, FCPyS, UNAM, México.

López Veneroni, Felipe N. (1998). *Aproximaciones a la TV cultural*. Se publicó en Sánchez Armas (coord.): *Apuntes para una historia de la televisión mexicana*. Espacio Televisa de Vinculación Universitaria/Revista Mexicana de Comunicación, México.

Lukács, Georg (1969). *Historia y consciencia de clase*. Ed. Grijalbo, México.

Maingueneau, Dominique (1976). *Introducción a los métodos de análisis del discurso*. Editorial Hachette, Buenos Aires.

Martín-Barbero, Jesús (1978) *Comunicación masiva. Discurso y poder*. Editorial Época, Quito, Ecuador.

(1987) *Procesos de comunicación y matrices culturales*. Ediciones Gustavo Gili, México.

(1987b) *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Ediciones Gustavo Gili, México.

(2001) *Televisión pública, televisión cultural: entre la renovación y la invención*. En *Televisión Pública: del consumidor al ciudadano*. Editorial Convenio Andrés Bello, Bogotá, Colombia.

(2004) *Al sur de la modernidad. Comunicación, globalización y multiculturalidad*.

Martínez Omar, Raúl (1999). *Una mirada a la televisión cultural mexicana*. Se publicó en Sánchez Armas (coord.): *Apuntes para una historia de la televisión mexicana (2)*. Espacio Televisa de Vinculación Universitaria/Revista Mexicana de Comunicación, México.

Marx, Carlos y Federico Engels (1970a). *Manifiesto del Partido Comunista*. En *Obras Escogidas*. Ediciones de Cultura Popular, México, DF.

(1970b). *El Dieciocho Brumario de Luis Bonaparte*. En *Obras Escogidas*. Ediciones de Cultura Popular, México, DF.

(1970c). *Prologo de la Contribución a la Crítica de la Economía Política*. En *Obras Escogidas*. Ediciones de Cultura Popular, México, DF.

Marx, Carlos (1978). *El Capital. Crítica de la Economía Política*. Vol. I. Editorial, Fondo de Cultura Económica. México.

Mattelart, Armand y Jean Marie Piemme (1981). *La Televisión alternativa*. Ed. Anagrama, Barcelona, España.

Mattelart, Armand y Eric Neveu (2004) *Introducción a los estudios culturales*. Ed. Piadós, Comunicación 152, México, DF.

Mazziotti, Nora (2001) *Los géneros en la televisión pública*. En *Televisión Pública: del consumidor al ciudadano*. Editorial Convenio Andrés Bello, Bogotá, Colombia.

Montero Otondo, Teresa (2001) *TV/CULTURA, la diferencia que importa*. En *Televisión Pública: del consumidor al ciudadano*. Editorial Convenio Andrés Bello, Bogotá, Colombia.

Morín, Edgar (1988). *El método. El conocimiento del conocimiento*. Ediciones Cátedra, Madrid, España.

(1995). *La noción de sujeto*. En Schnitman, Dora Freíd. *Nuevos paradigmas, cultura y subjetividad*. Editorial Piadós, Buenos Aires.

(1998) *El método: las ideas: su hábitat, su vida, sus costumbres, su organización*. Editorial Cátedra, Madrid, España, 1998.

(2003). *El método. La humanidad de la humanidad. La identidad humana*. Ediciones Cátedra, Madrid, España.

Moscovici, S. (1986). *Psicología Social II*. Ed. Paidós, Barcelona.

(2003). *Prefacio*. En Guareschi, A. Pedrinho y Sandra Jovchelovitch (orgs.) *Textos Em Representacoes Sociais*. Editora Vozes, Petrópolis, R. J. Brasil.

Olchs, Elinor (2000). *Narrativa*. En El discurso como estructura y proceso. Van Dijk compilador. Editorial Gedisa, Barcelona, España.

Orozco, Guillermo (1990) *Notas metodológicas para abordar las mediaciones en el proceso de recepción televisiva*. En Diálogos de la Comunicación, Cuadernos No. 2. Publicación de la Federación Latinoamericana de Asociaciones de facultades de Comunicación Social (FELAFACS).

(1991) *La mediación en juego. Televisión, cultura y audiencias*. En Comunicación y Sociedad, Guadalajara, DECS, Universidad de Guadalajara, número 10-11.

(1991a). *La audiencia frente a la pantalla. Una exploración del proceso de recepción televisiva*. Se publicó en: Diálogos de la Comunicación No. 30, editorial: FELAFACS, Perú, pp. 54-63.

(1994) *La autonomía relativa de la audiencia. Implicaciones metodológicas para el análisis de la recepción*. Se publicó en: CERVANTES y SÁNCHEZ RUIZ (coords.): Investigar la Comunicación. Propuestas Iberoamericanas, editorial: CEIC Universidad de Guadalajara/ ALAIC, Guadalajara, pp.183-196.

(1997) . *Mas-mediación' y 'audiencia-ción': macrotendencias en las sociedades latinoamericanas de fin de milenio*. Se publicó en: Comunicación, Estudios Venezolanos No. 100, editorial: Centro Gumilla, Venezuela, pp.24-37.

(1998). *De las mediaciones a los medios. Contribuciones de la obra de Martín-Barbero al estudio de los medios y sus procesos de*

recepción. Se publicó en: LAVERDE TOSCANO y REGUILLO (Eds.): Mapas nocturnos. Diálogos con la obra de Jesús Martín-Barbero, editorial: Siglo del Hombre editores/ Fundación Universidad Central, Colombia, pp.91-101.

Orozco Gómez Guillermo y Rebeca PADILLA (2001). *Enfrentando la diversidad. Estudios de recepción televisiva en México*. Se publicó en: LOMBARDO GARCÍA (Coord.): La comunicación en la sociedad mexicana. Reflexiones temáticas, editorial: Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, México, pp.173-196.

Orozco Gómez, Guillermo (2001^a). *Mediaciones y televisión pública: la deconstrucción múltiple de la televidencia en la era del avasallamiento mediático*. En *Televisión Pública: del consumidor al ciudadano*. Editorial Convenio Andrés Bello, Bogotá, Colombia.

(2004). *La televisión en México: indicios para reconstruir su itinerario no visible*. En *Oficios Terrestres* No. 15/16. Ed. Universidad Nacional de la Plata, Argentina.

Ortega Ramírez, Patricia (2006). *La Otra Televisión ¿por qué no tenemos televisión pública en México?*. Editorial-E UAM, México, DF.

Ortiz Renato (1999). *Ciencias Sociales Globalización y Paradigmas*. Capítulo 1, de REGUILLO y FUENTES (coords.). *Pensar las ciencias sociales hoy. Reflexiones desde la cultura*. ITESO, Guadalajara.

Palomar Vereá Cristina "*La función del relato en la producción social de sentido*". Se publicó en *Espiral* No. 21. Editorial CUCSH Universidad de Guadalajara.

Paredes, Alberto (1993). *Manual de técnicas narrativas. Las voces del relato*. Editorial Grijalbo, México.

Pierce, Charles Sanders (1986). *La ciencia de la semiótica*. Ediciones Nueva Visión, Buenos Aires.

(1987). *Obra Lógico-Semiótica*. Editorial Taurus. Madrid, España.

Portales Cifuentes, Diego (2001). *Televisión pública en América Latina: crisis y oportunidades*. En *Televisión Pública: del consumidor al ciudadano*. Editorial Convenio Andrés Bello, Bogotá, Colombia.

Programa Estatal de Cultura. Secretaría de Cultura del Gobierno del Estado de Jalisco. 2002.

Rama, Ángel (2000). *La Crítica de la Cultura en América Latina*. Biblioteca Ayacucho, Perú.

Ramos, Ricardo (2001). *Narrativas contadas, narraciones vividas*. Un enfoque sistémico de la terapia narrativa. Editorial Piados, España.

Ramos Lira, Luciana y Martha Romero Mendoza (2000). *Historia oral y psicología*. Publicado en Jorge E. Aceves Lozano, coordinador: *Historia oral: Ensayos y aportes de investigación*. CIESAS, México.

Reglamento de la Ley de Fomento a la Cultura. Expedición: 28 de mayo de 2001. Publicación: 29 de mayo de 2001 Sección III.

Reglamento Interno del Consejo Estatal de la Cultura y las Artes. Expedición: 17 de junio de 1999. Publicación: 21 de septiembre de 1999. Sección II.

Reglamento de la Ley de Fomento a la Cultura. Expedición: 28 de mayo de 2001.
Publicación: 29 de mayo de 2001 Sección III.

Reglamento de la ley del Patrimonio cultural del estado de Jalisco y sus municipios
Expedición: 19 de noviembre de 1999. Publicación: 11 de enero de 2000. Sección III.

Reglamento Interno del Consejo Estatal de la Cultura y las Artes. Expedido por el C.
Gobernador Constitucional del Estado del 26 de abril de 1989.

Reguillo, Rossana (1994). *Movimientos sociales y comunicación. Una perspectiva gramsciana*. Se publicó en: Cuadernos del Departamento de Comunicación del ITESO No. 1. Editorial: ITESO, Guadalajara

(1995a). *Pensar la ciudad desde la comunicación. Un ejercicio necesario*. Publicado en Galindo y Luna (coords.): Campo Académico de la Comunicación. Hacia una reconstrucción reflexiva. Editorial, ITESO / CONACULTA (Pensar la Cultura), México.

(1995b). *¿La Comezón Postmoderna o el Pensamiento de la Crisis?* Cuadernos del Departamento de Comunicación del ITESO Número 2, Guadalajara.

(1996a) *"Ensayo(s) sobre la(s) violencia(s): breve agenda para la discusión"*. Se publicó en : Signo y Pensamiento No. 29. Editorial: Pontificia Universidad Javeriana

(1996b) *Los mitos gozan de cabal salud. El horizonte de las creencias colectivas en la 'modernidad' mexicana.* Se publicó en: *Comunicación y Sociedad* No. 27. Editorial: DECS Universidad de Guadalajara

(1997). "*El oráculo en la ciudad: creencias, prácticas y geografías simbólicas ¿una agenda comunicativa?*". Se publicó en: *Diálogos de la Comunicación* No. 49. Editorial: FELAFACS, Perú.

(1998). "*La pasión metodológica. De la paradójica posibilidad de la investigación*". Se publicó como capítulo en: MEJÍA y SANDOVAL (Coords.): *Tras las vetas de la investigación cualitativa.* Editorial: Guadalajara.

(1998b). *La clandestina centralidad de la vida cotidiana.* Se publicó como artículo en: *Causas y azares* Año V No 7, Argentina, pp. 98-110

(1999). *Las Culturas Emergentes en las Ciencias Sociales.* Se publicó en *Pensar las Ciencias Sociales hoy. Reflexiones desde la cultura.* ITESO, Guadalajara.

(2000). *Anclajes y mediaciones del sentido. Lo subjetivo y el orden del discurso: un debate cualitativo.* En *Revista Universidad de Guadalajara,* México.

(2000a). *Identidades culturales y espacio público. Un mapa de los silencios.* Se publicó en: *Diálogos de la Comunicación* No. 59/60 (octubre). Editorial: FELAFACS, Perú.

(2001) *Cuatro Ensayos de Comunicación y Cultura para pensar lo contemporáneo*. Se publicó en Oficios Terrestres No. 9/10. Universidad Nacional de La Plata, Argentina.

(2004). Los estudios culturales: el mapa incómodo de un relato inconcluso, en El Portal de Comunicación. Universidad Autónoma de Barcelona.

(2005) *Horizontes fragmentados. Comunicación, cultura, postpolítica. El (des)orden global y sus figuras*. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO), Guadalajara, México.

Rey, Germán (2001). *El escenario móvil de la televisión pública. Algunos elementos de contexto*. En *Televisión Pública: del consumidor al ciudadano*. Editorial Convenio Andrés Bello, Bogotá, Colombia.

Rincón, Omar (2001). *La televisión: lo más importante de lo menos importante*. En *Televisión Pública: del consumidor al ciudadano*. Editorial Convenio Andrés Bello, Bogotá, Colombia.

(2001a) *Hacia una televisión pública experimental y gozosa*. En *Televisión Pública: del consumidor al ciudadano*. Editorial Convenio Andrés Bello, Bogotá, Colombia.

Roa, Armando (1995). *Modernidad y Postmodernidad. Coincidencias y diferencias fundamentales*. Editorial Andrés Bello. Santiago de Chile.

Rosales Herrera, Mario (1993) *Producción de televisión*. Tesina para el Centro de capacitación Staff técnico, Guadalajara, Jalisco.

Rossi, Prieto (1970). *El concepto de cultura en la tradición antropológica*. Tomado de Il Concetto di Cultura il fondamenti teorici della Scienza antropologica. En La teoría y el análisis de la cultura, de Gilberto Giménez Montiel. Editado por SEP, Universidad de Guadalajara y COMECOSO, 1987

Sánchez Ruiz, Enrique (1993). Tendencias en la investigación sobre televisión en México 1950-1990. CEIC, Universidad de Guadalajara, México.

Sartori, Giovanni (1998). *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Ed. Taurus, Madrid, España.

Schnitman, Dora Freíd (1995). *Nuevos paradigmas, cultura y subjetividad*. Editorial Piados, Buenos Aires.

Signorelli, Amalia (1980). *Antropología, culturología, marxismo*. Tomado de Rassegna Italiana de Sociologia. En La teoría y el análisis de la cultura, de Gilberto Giménez Montiel. Editado por SEP, Universidad de Guadalajara y COMECOSO, 1987.

Solís Leere, Beatriz (1992). *Canal 22, una nueva propuesta*. Se público en Intermedios No. 2, R.T.C. Secretaría de Gobernación, México.

Spink, Mary jane (2003). *Desvendando las teorías implícitas: una metodología del análisis de las representaciones sociales*. En Textos Em Representacoes Sociais. Editora Vozes, Petrópolis, R. J. Brasil.

Sunkel, Guillermo (1999). *Consumo cultural en América Latina: construcción teórica y líneas de investigación* / Coord. e introd. de G. Sunkel. Editorial: Convenio Andrés Bello, Bogotá, Colombia.

Thompson, John B. (1993). *Ideología y cultura moderna. Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas*. Editorial Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, México.

(1998). *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Ed. Piadós, Barcelona, España.

Toussaint, Florence (1998). *Globalización y pluralidad cultural. El caso de la TV mexicana*. Cátedra UNESCO/UMESP, Brasil.

Trejo Delarbre, Raúl (1988) ¿Qué televisión?. En Bernal y Torreblanca (coords.): *Espacios de silencio*. Ed. Nuestro Tiempo, México.

Turner, H. J, (1990) *Teorizar analítico*. Incluido en la obra *La Teoría Social Hoy*, Varios autores, Ed. Alianza, Madrid, Conculta, México.

Valenzuela Arce, José Manuel (1999) *Interculturalidad y Estados Nacionales*. Publicado en: Reguillo y Fuentes (coords.), *Pensar las Ciencias Sociales Hoy. Reflexiones desde la cultura*. ITESO, Guadalajara.

(2000). *Norteños ayankados. Discursos y representaciones de la frontera*. Se publicó en: *Comunicación y Sociedad* No. 38. Editorial: DECS Universidad de Guadalajara.

(2003). *Los estudios Culturales en México*. Fondo de Cultura Económica/CONACULTA, Biblioteca Mexicana. Serie Sociología. México.

Van Dijk, Teun A. (2000). *El estudio del discurso*. En El discurso como estructura y proceso. Van Dijk compilador. Editorial Gedisa, Barcelona, España.

Vasallo de Lopes, Immacolata (1995). *Recepción de medios, clases, poder y estructura, cuestiones teóricas-metodológicas de la investigación cualitativa de la audiencia de los medios de comunicación de masas*. Comunicación y Sociedad, Guadalajara, DECS, Universidad de Guadalajara, número 24, mayo-agosto.

Virno, Paolo (2003). *Gramática del multitud. Para un análisis de las formas de vida contemporáneas*. Traducción de Adriana Gómez, Juan Domingo Estop y Miguel Santucho. Edición, Traficantes de Sueños. Madrid, España.

Weber, Max (1969). *Economía y sociedad*. Esbozo de sociología comprensiva. Tomo I. Ed. Fondo de Cultura Económica, México.

Wallerstein, Emmanuel (1996). *Abrir las Ciencias Sociales*. Siglo XXI/CIH UNAM, México.

Williams, Raymond (1981). *Cultura. Sociología de la comunicación y del arte*. Editorial Piados, Barcelona, España.

(1984). *Hacia el año 2000*. Editorial Crítica S.A., Barcelona, España.

(1989). *Selected Writings*. Edited by Routledge, London New York.

Williams, Raymond (ed.) (2000). *Historia de la comunicación*. Vol. 2 De la imprenta a nuestros días. Bosch Casa Editorial SA, Barcelona, España.

Zecchetto, Victorino (coordinador) (2002). *Seis semiólogos en busca de lector*. Ediciones CICCUS, La Crujía. Colección Signo, Comunicación y Sociedad. Argentina.

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

Zermeño Flores, Ana Isabel (1997). "*Propuesta metodológica: la previsibilidad como lazarillo para la apropiación de discursos narrativos*". Se publicó en: Estudios sobre las Culturas Contemporáneas Vol. III, época II No. 6. Editorial: Programa Cultura Universidad de Colima.

Direcciones electrónicas.

<http://www.netcom.es/pnavarro/publicaciones/ComplejidadSocial.html>

<http://www.directorio.gob.mx/www.php?categoria=97>

<http://cultura.jalisco.gob.mx/index.html>

