

Discursos e imágenes en movimiento

Siete estudios de comunicación y cultura

TANIA RODRÍGUEZ SALAZAR

COORDINADORA

UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

Discursos e imágenes
en movimiento
Siete estudios de comunicación y cultura

Discursos e imágenes
en movimiento
Siete estudios de comunicación y cultura

Tania Rodríguez Salazar
(coordinadora)

Universidad de Guadalajara
2011

302.2
DIS

Discursos e imágenes en movimiento.
Siete estudios de comunicación y cultura /
coordinadora Tania Rodríguez Salazar.

1ª ed.

Guadalajara, Jal.: Universidad de Guadalajara,
Centro Universitario de Ciencias Sociales y
Humanidades, Editorial CUCSH-UDG, 2011.

- 1.- Comunicación
- 2.- Lenguaje y cultura.
- 3.- Simbolismo en la comunicación.
- 4.- Identidad.

Rodríguez Salazar, Tania, coordinadora.

I.- Universidad de Guadalajara. Centro
universitario de Ciencias sociales y
Humanidades.

Primera edición, 2011

D.R. © Universidad de Guadalajara

Centro Universitario
de Ciencias Sociales y Humanidades
Coordinación Editorial
Juan Manuel 130
Zona Centro
Guadalajara, Jalisco, México

ISBN 978-607-450-390-6

Impreso y hecho en México
Printed and made in Mexico



Esta edición fue financiada con
recursos del Programa Integral de
Fortalecimiento Institucional (PIFI)
2009 a cargo de la Secretaría de
Educación Pública.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

Tania Rodríguez Salazar 9

CAPÍTULO I

La ilusión de una identidad singular en el fútbol:
el caso de las barras de Chivas y Atlas

Giovanna Georgina Ramírez Cerón
David Coronado Arias 13

CAPÍTULO II

Dimensiones operacionales
de la individuación religiosa en jóvenes tapatíos

María del Rosario Ramírez Morales
Cristina Gutiérrez Zúñiga 35

CAPÍTULO III

El discurso político de
la Organización Nación P'urhépecha:
tres modelos de etnicidad

Sandra Nadezhda Martínez Díaz 53

CAPÍTULO IV

El perfil del lector de noticias en línea:
interactividad y características
del proceso de consumo de información

Héctor Claudio Farina Ojeda 73

CAPÍTULO V

La estética masculina a través de imágenes impresas

Tania Belinda Jiménez Langarica

103

CAPÍTULO VI

La composición gráfica, las metáforas
y las sentencias como rutas metodológicas
para el análisis retórico
de la publicidad social impresa

Tania Rodríguez Salazar

Ana Luisa Estrada Salgado

125

CAPÍTULO VII

El suicidio y su prevención a través de impresos

Tania Rodríguez Salazar

Raúl Armando Santana Rivas

147

INTRODUCCIÓN



Tania Rodríguez Salazar

Los estudios de comunicación y cultura nos sitúan en el ámbito de la producción social de sentido, esto es, de generación de significados que nos vinculan con determinadas personas y nos separan de otras. Se orientan bajo interrogantes sobre cómo el lenguaje produce discursos y prácticas que articulan identidades o sobre cómo los grupos sociales crean lazos entre sí a partir de compartir significados, símbolos y acciones, así como también abordan cómo y por qué las condiciones sociales afectan los significados culturales en grupos, instituciones o individuos.

Discursos e imágenes en movimiento es un libro que se inscribe en esta lógica de articulación entre los discursos, verbales o visuales, con prácticas, sean éstas deportivas, religiosas, étnicas, publicitarias e incluso tecnológicas. Está compuesto principalmente por contribuciones de egresados, estudiantes y profesores de la orientación en Comunicación y Cultura de la Maestría en Ciencias Sociales (generaciones 2006-2008 y 2008-2010) y, en menor medida, de la Maestría en Comunicación (generación 2008-2010), ambas de la Universidad de Guadalajara (UdeG), México.

Los capítulos reunidos hacen aportaciones teórico-metodológicas, pero sobre todo empíricas, sobre discursos verbales o visuales de distinta índole (discursos indígenas, publicidad de revistas de estilo de vida y productos de comunicación para la salud) o sobre prácticas culturales emergentes (como las identidades singulares que produce el fútbol, las nuevas formas de experimentar la religiosidad o de leer periódicos). Todos los textos constituyen reportes parciales de las investigaciones de tesis de los estudiantes, o en su caso, de investigaciones

complementarias a las mismas que se realizaron en conjunto con el director de tesis.

El primer capítulo, escrito por Giovanna Ramírez y David Coronado, nos adentra en los discursos, prácticas e identidades de las barras futboleras más importantes en el estado de Jalisco, México: Chivas y Atlas. En particular analizan cómo se crea la ilusión identitaria en los estadios y cómo sirve para legitimar diversas prácticas violentas, verbales y físicas de sus miembros.

El segundo capítulo, elaborado por Rosario Ramírez y Cristina Gutiérrez, presenta una discusión teórico-metodológica sobre cómo investigar la individuación religiosa de modo empírico. Sus aportaciones describen la forma en que se sustentó conceptualmente el fenómeno estudiado, así como la estrategia metodológica empleada para investigarlo empíricamente en el contexto de la zona metropolitana de Guadalajara. En particular se muestra la importancia de tomar en cuenta distintas formas de consumo de prácticas religiosas alternativas o la adopción de creencias afines, en conjunto con el discurso reflexivo de los sujetos investigados en torno a su pertenencia y autoidentificación religiosa.

La contribución de Sandra N. Martínez, en el capítulo III, profundiza sobre los significados que la etnicidad está adquiriendo en pueblos indígenas a partir del análisis del discurso de tres documentos producidos por el grupo étnico-político *Organización Nación P'urhépecha*. La investigación narra cómo los conceptos de lo étnico y de la etnicidad se construyen discursivamente como elementos claves de lucha por el reconocimiento en la esfera política, así mismo muestra la forma en que configuran su identidad frente a otros grupos étnicos o no, incurriendo en polarizaciones e idealizaciones de distinto orden.

El capítulo cuarto de Héctor C. Farina se sitúa en el marco de prácticas emergentes como la lectura de noticias en línea. Se describe y analiza qué características y motivaciones tiene el lector asiduo de noticias en línea para justificar o dar sentido a su práctica. En particular se analizan los factores que, desde el punto de vista de los participantes, parecen más atractivos para sustentar estas prácticas como el incremento del potencial de selección, pero sobre todo la posibilidad de la interactividad y la participación.

La contribución siguiente de la autoría de Tania B. Jiménez ofrece reflexiones teóricas y empíricas sobre las estéticas masculinas que proponen los anuncios publicitarios de cuatro revistas de estilo de vida que circulan en México. Las aportaciones empíricas definen las características generales de los anuncios en cuanto a composición y tamaño, observan que se ofertan más productos que servicios, así como aspectos fundamentales de la denotación y la connotación de las imágenes masculinas analizadas.

El penúltimo capítulo de Tania Rodríguez y Ana Luisa Estrada explora tres rutas metodológicas básicas para el análisis de productos de publicidad social impresa. Estas rutas destacan la importancia del análisis de la composición gráfica, las metáforas y las sentencias para abordar mensajes de prevención manifiestos en carteles. La propuesta metodológica se ilustra con el análisis de ejemplares de carteles de prevención del VIH producidos en la década de los noventa en México por las instituciones oficiales.

Finalmente, el capítulo de Tania Rodríguez y Raúl A. Santana discute productos de comunicación para la salud elaborados por instituciones de gobierno en torno a la prevención del suicidio. Ahí se analiza críticamente los mensajes de siete trípticos que pretenden informar para prevenir el suicidio en el estado de Jalisco, México. El análisis realizado valora cómo se está informando sobre el tema del suicidio, cómo intentan promover actitudes o comportamientos favorables a la prevención y cómo tales mensajes se conectan con representaciones particulares del fenómeno del suicidio, el acto de suicidarse y la persona que se suicida.