

La dialéctica entre las narrativas mediáticas identitarias y los procesos de identificación

Salomé Sola Morales

Director: Albert Chillón Asensio

Departament de Mitjans, Comunicació i Cultura

Facultat de Ciències de la Comunicació

Universitat Autònoma de Barcelona

Mayo 2012

Llegué por el dolor a la alegría.
Supe por el dolor que el alma existe.
Por el dolor, allá en mi reino triste,
un misterioso sol amanecía.
(JOSÉ HIERRO, *Alegría*).

A Pina y Juan

Índice general

PROEMIO.....	9
I. IDENTIFICACIONES SIMBÓLICAS Y MEDIACIONES.....	29
1.1. <i>Introducción</i>	29
1.2. <i>Símbolo y representaciones mediáticas</i>	30
1.2.1. Un universo y una realidad simbólica.....	32
1.2.2. Actos metafóricos.....	39
1.2.2.1. De la sustitución a la interacción.....	41
1.2.2.2. Metáforas de la vida cotidiana.....	43
1.2.2.3. Metáforas vivas.....	44
1.2.3. La retórica y la hermenéutica en el análisis de las mediaciones.....	45
1.3. <i>Mito y creación de sentido en la cultura mediática</i>	51
1.3.1. La logomítica: hacia una coimplicación entre <i>mythos</i> y <i>logos</i>	59
1.4. <i>Identidades simbólicas e identificaciones mediáticas</i>	64
1.5. <i>Los medios como instituciones socializadoras</i>	69
1.5.1. El enfoque fenomenológico: Alfred Schütz.....	70
1.5.2. El enfoque sociocomportamental: Albert Bandura.....	74
1.5.3. El enfoque culturalista: Claudio Esteva Fabregat.....	77
1.5.4. El enfoque antropológico filosófico: Lluís Duch.....	80
1.6. <i>Recapitulación</i>	83
II. HACIA UNA GENEALOGÍA DE LAS IDENTIFICACIONES.....	85
2.1. <i>Introducción</i>	85
2.2. <i>Preámbulo: la condición de persona y la condición de individuo</i>	86
2.3. <i>Las diferentes construcciones del yo</i>	91
2.3.1. La visión esencialista: el yo interior.....	91
2.3.2. La visión existencialista: el yo exterior.....	100
2.3.3. La ausencia o superación del yo.....	114
2.3.4. La visión narrativa: un análisis interpretativo de la yoidad.....	128
2.4. <i>La corporalidad del ente: el cuerpo y la corporeidad simbólica</i>	146
2.5. <i>Recapitulación</i>	160

III. LENGUAJE, EXPERIENCIA Y SUBJETIVIDAD.....	163
3.1. <i>Introducción</i>	163
3.2. <i>La búsqueda de marcos de referencia</i>	164
3.2.1. De lo individual a lo social: la teoría de la identidad social.....	165
3.2.2. El mundo de la vida cotidiana: los aportes de la fenomenología.....	169
3.2.3. Los marcos de la experiencia: la teoría del <i>framing</i>	174
3.3. <i>La condición teatral y ritual de la identificación</i>	179
3.3.1. La dramaturgia social y la teoría de los roles.....	179
3.3.2. Procesos rituales y horizontes de sentido.....	188
3.4. <i>Lenguaje y mediaciones</i>	194
3.4.1. El lenguaje como praxis existencial.....	195
3.4.2. Los límites del la tradición instrumental.....	197
3.4.3. La rehabilitación de la lingüisticidad.....	208
3.4.4. Papel del lenguaje en la constitución del sujeto.....	211
3.4.5. Los aportes de la pragmática.....	218
3.4.5.1. De la acción a la intención.....	221
3.5. <i>Recapitulación</i>	224
IV. EL ALCANCE DE LA NARRACIÓN.....	227
4.1. <i>Introducción</i>	227
4.2. <i>Modelos de interpretación de la narración</i>	230
4.2.1. El proceso de ideación de historias: temas, motivos y personajes.....	231
4.2.2. La trama como principio de configuración narrativa.....	235
4.2.3. La dispositio del relato.....	237
4.2.4. Punto de vista y voz narrativa.....	241
4.2.5. Hacia una poética de la recepción.....	244
4.2.6. La hermenéutica del texto: Dilthey, Gadamer y Ricoeur.....	246
4.3. <i>Estudio de la narración biográfica</i>	252
4.3.1. Fundamentos de la literatura egotista: los relatos del <i>yo</i>	252
4.3.1.1. Hacia una clarificación terminológica.....	253
a) La autobiografía y la prosa memorialística.....	254
b) Los diarios, dietarios íntimos, carnets y cahiers.....	260
c) La biografía: el <i>yo</i> visto por el <i>tú</i>	261
d) Las historias de vida.....	264
4.3.1.2. Presupuestos teóricos de las narrativas biográficas.....	268
4.3.2. Tiempo, experiencia y memoria.....	281

4.3.2.1. La memoria subjetiva.....	290
4.3.3. La configuración narrativa de los relatos biográficos.....	296
4.3.3.1. Estrategias retóricas y modelos de narración personal.....	297
4.3.3.2. Los mitos personales y la configuración de las imágenes.....	301
4.4. <i>El vínculo entre narración y comunicación</i>	306
4.4.1. La semiología, la semiótica y los estudios del discurso.....	309
4.4.2. La estructura narrativa del discurso mediático.....	313
4.4.3. <i>Storytelling</i> : el placer de la narratividad.....	317
4.4.3.1. Nuevas formas de narración egotista: blogs y redes sociales.....	320
4.4.4. Las narrativas mediáticas identitarias.....	325
4.4.4.1. Narrativas mediáticas cívicas.....	327
4.4.4.2. Narrativas mediáticas afectivas.....	330
4.4.4.3. Narrativas mediáticas culturales.....	334
4.5. <i>Recapitulación</i>	337
V. IMAGINARIOS COLECTIVOS, IDENTIFICACIÓN SUBJETIVA Y CONTEXTO MEDIÁTICO.....	339
5.1. <i>Introducción</i>	339
5.2. <i>La institución imaginaria, mítica y simbólica de la sociedad</i>	340
5.2.1. Introducción a las teorías del imaginario.....	344
5.2.2. Las nuevas teorías sobre los imaginarios sociales y colectivos.....	348
5.2.3. Las proyecciones colectivas.....	352
5.3. <i>La dialéctica entre memoria y olvido</i>	357
5.3.1. La memoria como proceso psíquico.....	357
5.3.1.1. La teoría de los guiones.....	360
5.3.2. La memoria como fenómeno social, comunicativo y cultural.....	362
5.3.3. La memoria mediática: entre ritualidad y provisionalidad.....	368
5.4. <i>La importancia de la tradición en los procesos de identificación</i>	371
5.4.1. Tradición y narración.....	374
5.4.1.1. La tradición inventada y sus limitaciones.....	378
5.4.2. Tradición y aprendizaje social.....	381
5.4.3. La configuración mediática de la tradición.....	382
5.4.3.1. El paradigma de la repetición.....	383
5.5. <i>La incidencia de los imaginarios mediáticos en las identificaciones</i>	386
5.5.1. El proceso de configuración mediática.....	388
5.5.2. El proceso de refiguración subjetiva.....	391
5.6. <i>Recapitulación</i>	392

VI. LOS MEDIOS Y LA CONSTRUCCIÓN DE LA REALIDAD COTIDIANA.....	395
6.1. <i>Introducción</i>	395
6.2. <i>Medios de comunicación y realidad</i>	396
6.2.1. Las realidades múltiples: una diversidad de órdenes.....	397
6.2.2. La construcción psicológica y narrativa de la realidad cotidiana.....	401
6.2.3. Incidencia de los medios en la construcción de la realidad.....	404
6.2.3.1. El poder de los <i>media frames</i>	410
6.3. <i>La realidad mediática</i>	415
6.3.1. La percepción de la realidad mediática.....	416
6.3.2. Papel de la verosimilitud en el intercambio comunicativo.....	417
6.3.3. La experiencia mediática: el encuentro entre dos mundos.....	420
6.4. <i>Recapitulación</i>	424
VII. CONDICIONAMIENTO DE LOS MEDIOS SOBRE LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN.....	427
7.1. <i>Introducción</i>	427
7.2. <i>Sujeto y medios desde la perspectiva de los estudios culturales</i>	429
7.2.1. Los estudios feministas.....	432
7.2.2. Los estudios etnográficos.....	435
7.3. <i>El proceso de formación del yo</i>	437
7.3.1. Influencia de los medios en el concepto de sí mismo.....	439
7.3.2. La construcción de la auto-imagen corporal.....	441
7.4. <i>La identificación con personajes mediáticos</i>	443
7.5. <i>La creación de identificaciones en los espacios virtuales</i>	449
7.5.1. De la intimidad a la extimidad.....	451
7.5.2. Un narcisismo radical.....	453
7.5.3. Un sujeto multidimensional.....	454
7.6. <i>La construcción del nosotros y del ellos</i>	459
7.7. <i>Recapitulación</i>	467
VIII. CONCLUSIONES GENERALES.....	469
BIBLIOGRAFÍA.....	483

Proemio

El ágora o plaza pública no fue únicamente una invención urbanística sin precedentes de la Antigua Grecia. Con el paso del tiempo, llegó a convertirse en el centro de las polis y en el lugar de reunión del pueblo. Allí se trataban asuntos comerciales y económicos, religiosos, culturales y políticos y se resolvían conflictos mediante la conversación, la discusión, en fin, mediante el diálogo entre unos individuos y otros. Quizás, por ello, algunos no han dudado en considerar este espacio abierto y público el germen de la democracia. Nada más lejos de las sociedades de hoy, en las que impera el monólogo y escasea la crítica, en las que la conversación o la discusión parecen estar prácticamente anuladas.

La tesis que presentamos es una clara apuesta por el intercambio comunicativo y ha sido planteada como una dialéctica. Aunque algunos autores como Santo Tomás de Aquino o Descartes despreciaron el término dialéctica, puesto que lo consideraban impreciso o ambiguo, valga aclarar que nosotros lo empleamos en el título de la presente en un sentido clásico. El arte dialéctico, como es bien sabido, estuvo en estricta relación con el vocablo diálogo y nos permite establecer un vínculo, no ya entre dos razones o posiciones, sino entre dos fenómenos que, desde nuestra perspectiva, se hallan coimplicados. A nuestro juicio, “la dialéctica puede abrir una vía de acceso hacia lo que está oculto, hacia lo que difícilmente puede captarse”,¹ como bien ha sugerido el sociólogo Georges Gurvitch. Es más, creemos que, tal y como apuntó el antropólogo Ernst Cassirer, “sólo por la vía del pensamiento dialogal o dialéctico podemos acercarnos al conocimiento de la naturaleza humana”.² Numerosos autores desde Platón, como Plotino, Kant, Fichte, Hegel, Marx o Sartre han utilizado en mayor o menor medida, procedimientos dialécticos para elucidar las cuestiones que estudiaban. No obstante, la dialéctica no pertenece exclusivamente al ámbito de la filosofía o

¹ G. Gurvitch (1969) *Dialéctica y sociología*. Madrid: Alianza, p. 27.

² E. Cassirer (1963) *Antropología filosófica*. México: FCE, p. 21.

la metafísica. De hecho, desde las llamadas ciencias exactas, autores como Niels Bohr, Louis Brogues o Jean-Louis Destouches, por citar algunos ejemplos paradigmáticos, la han aplicado al estudio de la física.³ Pero, además, este modo de explicación y comprensión también puede ser empleado en la exploración de cuestiones sociológicas, antropológicas e históricas, como ha sugerido Gurvitch. ¿Y por qué no en el estudio de la comunicación mediática?

Con el título *La dialéctica entre las narrativas mediáticas identitarias y los procesos de identificación*, hemos querido plantear dos cuestiones de fondo. Primero, que existe un punto de convergencia entre las dos intenciones hermenéuticas que subyacen a los procesos estudiados: la configuración mediática de identidades y la refiguración subjetiva que realizan los sujetos y los grupos. Y segundo, que el movimiento entre una intención y otra es de doble sentido. Si bien, en esta tesis hemos prestado mayor atención al movimiento que va desde los medios a los receptores, es decir, al modo en que las narrativas mediáticas identitarias condicionan los procesos de identificación; somos conscientes de que los individuos y los grupos también inspiran la comunicación mediática. A saber, que sus distintas refiguraciones de la identidad inciden, también, en la configuración de la cultura mediática. En este sentido, hemos tratado de proponer una dialéctica crítica que nos permita poner de manifiesto la dificultad de medir, determinar o definir de manera unívoca ciertos procesos humanos y comunicativos. Georges Gurvitch está en lo cierto al afirmar que “toda dialéctica auténtica se niega a aniquilar la unidad en la multiplicidad o la multiplicidad en la unidad, pues el movimiento simultáneo de los conjuntos y de sus partes presupone estos dos aspectos”.⁴ Dado que la conceptualización esencialista o estática no nos permitirá dar cuenta de la complejidad y riqueza de los procesos que estudiaremos, hemos propuesto esta dialéctica como un camino y, cuando ello ha sido posible, también como un punto de llegada. Partiremos, pues, de una posición antidogmática que es, en gran medida, la que nos invita a explorar a fondo la cuestión sin ideas

³ G. Gurvitch (1969) *op. cit.*, p. 25.

⁴ G. Gurvitch (1969) *op. cit.*, p. 36.

preconcebidas o apriorísticas. En el viaje que iniciamos aquí, iremos recolectando, poco a poco, los frutos de nuestra investigación y diálogo con las diferentes propuestas estudiadas. Es por ello, que más que mostrar una propuesta dogmática, esta tesis presenta, desde su albor, el propio proceso de aprendizaje. Es decir, los puntos de luz y las sombras, los interrogantes y las dudas que nos han ido abordando a lo largo de esta exploración teórico-argumentativa, amén de las metas a las que este aprendizaje nos ha llevado. En definitiva, mostraremos paso a paso, el camino que hemos trazado y que nos ha permitido edificar una propuesta propia. Que, como es evidente, es susceptible de revisión y futuras refiguraciones.



El punto de partida de nuestra especulación es la noción de identidad. Este término liminar y poliédrico remite a objetos y ámbitos tan diferentes que difícilmente podría ser interpretado de forma unívoca o axiomática. Además, es utilizado e invocado en diversos ámbitos de la vida pública en un sentido político, económico, cultural o religioso, por mencionar tan sólo unos pocos. Ahora bien, según nuestro parecer, la explotación del término, que parece un maletín o comodín, lo ha llevado a la ambigüedad y a la inconsistencia. Esta es la razón por la cual, en parte, preferimos utilizar la palabra noción en lugar que la de concepto, que remite a algo más concreto o definido científicamente. No podemos olvidar que la identidad forma parte del vocabulario cotidiano y se encuentra en el centro de numerosos debates que han ocupado al hombre desde hace siglos. De hecho, si nos remontamos a la historia del término, podemos observar que existe una dilatada presencia en el pensamiento y una herencia filosófica realmente compleja (desde el presocrático) que, en seguida, pone al descubierto las discrepancias existentes sobre profundos problemas sociales e intelectuales de diversa índole. Pero la discusión no sólo gira en torno a la conceptualización del término y sus posibles sinónimos, sino al enfoque o perspectiva desde el que éste es analizado, ya que con sus múltiples interpretaciones y aplicaciones teóricas es fácil tender a la dispersión. Quizás sea esta multiplicidad la que no

hace más que evidenciar que nos hallamos ante una noción, cuyo estatuto epistemológico es problemático o débil, susceptible de ser comprendido de muy diversas formas.

En muchas ocasiones la identidad es propuesta de forma unívoca y estable, y entendida como una condición inmanente o constitutiva, es decir, como aquel aspecto del ser o de los grupos que no cambia y permanece pese a las transformaciones externas. Sin embargo, desde nuestra perspectiva esta concepción es un tanto limitada. De hecho, admitir que existe una identidad apriorística y estanca es, para nosotros, una falacia, puesto que los individuos, al igual que las naciones o los sexos, no son categorías inmutables que el investigador pueda estudiar como si de sustancias se tratase. Dicho de otra manera, las personas no deberían ser analizadas desde las ciencias sociales o humanas como si fueran esencias. Por ello, es preciso matizar que nos centraremos, más que en la Identidad en mayúsculas, en las identidades en plural y en constante cambio, entendidas como representaciones que se adecuan a los marcos de referencia en los que los individuos se insertan y, sobre todo, a las situaciones comunicativas que estos experimentan. No apoyamos, por tanto, aquellas concepciones que la entienden como una categoría adquirida, bien por la herencia biológica o genética, la tradición, el linaje o el momento histórico en que los sujetos se insertan. Razón por la cual, partimos de la base de que no existen 'individuos naturales' o 'individuos singulares' concebidos como sustancias primarias. Lo que sí existen son individuos potenciales que desarrollan simultáneamente identificaciones en diferentes contextos a distintos niveles, a veces individuales, a veces plurales. El hecho de que las identidades varíen en el flujo espacio-temporal, se adapten a las circunstancias vitales y, sobre todo, se vean profundamente transformadas en la interacción social, nos hace considerar que forman parte de una serie de procesos de construcción de significado como iremos detallando en lo sucesivo. La noción de identificación o procesos de identificación que, a partir de este punto, emplearemos para referirnos a la identidad, es decir, de manera análoga o complementaria más bien, nos será muy útil para ilustrar nuestra concepción. Nos gustaría resaltar que, aunque el concepto de identificación

hereda un gran legado semántico de la Psicología, no es precisamente la interpretación psicológica la que más nos interesa. La identificación en términos psicológicos podría ser definida como una tendencia a adoptar aspectos propios de la personalidad de otro, bien sea la figura paterna u otra persona. Se trataría, en cierto modo, de una 'imitación' inconsciente de los 'ejemplos' suministrados por las figuras paternas.⁵ Así planteada, la identificación se reduciría a la primera persona, es decir, al vínculo emocional de un individuo singular con otro. De esta manera, el nosotros –o el grupo– quedarían descartados del proceso de identificación. No obstante, es crucial plantear un vínculo íntimo y necesario entre lo individual y lo social, caras ambas de un mismo proceso en el que profundizaremos a lo largo de la presente tesis. Para nosotros, la pertenencia a un grupo o a varios es clave para el desarrollo de la subjetividad o existencia individual y, por tanto, para la producción de identificaciones. Por ello, planteamos la noción desde una perspectiva antropológica, ya que ésta nos permite tener en cuenta las diferentes tramas en las que el individuo se inserta y los vínculos que mantiene no sólo con individuos singulares o con grupos plurales, sino también con la cultura y con la comunicación mediática.



En este contexto, cobra especial relevancia la manera de comprender quiénes somos y el proceso mediante el cual comprendemos a los *otros*. Pero ¿qué podemos decir del *yo* en el contexto posmoderno donde la unidad conceptual misma parece carecer de fundamento científico? Definiciones posibles de *yo* hoy en día hay muchas y, por ello, no será nuestra empresa la de proponer axiomas inquebrantables, sino la de contribuir o aproximarnos al estado de la cuestión desde una perspectiva teórica y argumentativa. Con nuestra aportación pretendemos manifestar que ser un *yo* implica, antes que nada, la interacción social con otros. Es posible y necesario, por tanto, construir un puente entre los individuos que interactúan y el marco social más amplio de

⁵ J. Delay y P. Pichot (1979) *Manual de psicología*. Barcelona: Toray-Masson, p. 326.

esas interacciones. El sujeto se relaciona con el resto de personas o entes colectivos mediante estrategias de inclusión (grupos de pertenencia, donde el sujeto se inserta, y que podríamos llamar *nosotros*) y estrategias de exclusión (grupos de no-pertenencia, donde el sujeto se diferencia, y que podríamos llamar *otros* o *ellos*). Es decir, el sujeto transita desde su supuesta individualidad o yoidad (aquello que desde una perspectiva psicológica sería lo más propio y persistente que le pertenece como ser único, es decir, su personalidad) hacia una necesaria 'pluralidad' (aquello que le hace ser diferente en cada situación o interacción vital, y que no es más que un reflexividad dialógica con aquellos individuos o grupos que no son su *yo*). Cuando expresamos *yo*, nos estamos refiriendo tanto a un cuerpo y una conciencia como a una conducta pero, sobre todo, estamos pensando en un sujeto que se relaciona con otros, es decir, que representa, actúa y habla, o lo que es lo mismo, que se comunica de manera simbólica con los demás. Este sujeto se unifica como entidad autónoma cuando se pregunta o es preguntado: "¿Quién es?" Al responder simplemente: "Soy yo". Sin embargo, esta unidad que la yoidad promete, se encuentra fragmentada y dividida, ya que el sujeto se inserta en una multiplicidad de subsistemas o contextos diferentes y desempeña en cada uno de ellos un *yo* diferente, tal y como han sugerido en muchas de sus obras Luigi Pirandello o Fernando Pessoa con sus heterónimos, por ejemplo. Además, esta unidad es relativa, débil y dispersa ya que se adapta a las circunstancias en las que el sujeto participa y, ante todo, se va transformando a lo largo del tiempo y el espacio por las variadas y cambiantes relaciones relativas, débiles y dispersas que el sujeto mantiene con otros. En la vida cotidiana, cada uno está destinado a desempeñar una multitud de roles o papeles frente a los *otros* que evidencian que el sujeto es plural y que se encuentra fragmentado de manera innata, una pluralidad y una fragmentación que, para nosotros, serán claves de la propuesta de análisis ulterior. Pero no podemos olvidar que esta representación de papeles o roles frente a los *otros*, permite a los sujetos presentarse y narrarse ante los demás. Podríamos decir que existen narrativas o relatos de lo que soy *yo*, de lo que eres *tú*, de los que somos *nosotros* y de lo que son los *otros*. Y todas estas narrativas –sin excepción– son construcciones sociales. Estas

narraciones se ven muy influenciadas por la temporalidad y por las circunstancias o situaciones de interacción. En este sentido, la historia vital del individuo se verá muy influida tanto por la respuesta –la afirmación o negación– de los *otros* como por las historias que estos le cuenten. Como diría José María Valverde: “Yo sólo me conozco de oídas”.

De la misma manera, la recepción mediática y la participación en entornos virtuales puede convertirse en un acto de comprensión para el individuo mediante el cual puede experimentar con sus diferentes *yos*. Al escuchar o visionar una historia, el sujeto tiene una suerte de encuentro con los personajes que realizan la acción y puede identificarse o diferenciarse con ellos. Merece la pena anunciar, por tanto, que los medios funcionan como constructores sociales de la realidad y crean esquemas de significación simbólica que facilitan a los individuos la comprensión del entorno circundante. De la misma manera, muestran imágenes sobre lo que somos y lo que son los *otros* permitiendo a los individuos ‘relacionarse’ y ‘definirse’. El discurso sobre lo que es ser mujer, musulmán o gitano, aparece –o es representado– como si se tratase de una unidad autónoma y ajena a sus centros de acción y a sus marcos de referencia, en tanto esquemas experienciales. Pero ¿es el sujeto una sustancia esencial o un proceso cambiante? Quizás, tras el espejismo de la ‘identidad’ y sus máscaras encontremos interminables ambigüedades. ¿Acaso esta subjetividad es una construcción o una invención?



OBJETO DE ESTUDIO

Tal y como hemos ido anunciando, el objeto de estudio que presentamos es eminentemente poliédrico y polifacético. Nos proponemos explorar a fondo la dialéctica entre de las narrativas mediáticas identitarias y los procesos de identificación. Y, en especial otorgaremos un énfasis central a lo que se refiere al condicionamiento de estas narrativas sobre los sujetos y los grupos. Quizás sea preciso aclarar por qué utilizamos la palabra condicionamiento en lugar de influencia o efecto, términos más habituales en la literatura científica

comunicológica. Esto se debe a que consideramos que estos dos términos hacen alusión a procesos unidireccionales, en los que el sujeto es pasivo y experimenta, propiamente, la influencia o las consecuencias de los efectos mediáticos, sean a corto o a largo plazo. En cambio, como iremos describiendo, para nosotros, esta influencia es recíproca y se encuentra condicionada por muchos factores, de modo que no puede ser reducida a una única dimensión. Por ello, las narrativas mediáticas identitarias, que circulan en los medios de comunicación, son representaciones tipificadoras configuradas a partir de esquemas simbólicos que condicionan la construcción y transformación psíquica y social de los sujetos y los grupos. Aquello que nos interesa desentrañar, por tanto, es el modo en que se configuran mediáticamente las imágenes sobre el *yo*, el *nosotros* y el *ellos*. Y, sobre todo, el modo en el que los sujetos reinterpretan estas imágenes y se relacionan e identifican con ellas.

La tesis que se presenta es de carácter teórico dado que busca esclarecer su objeto de estudio desde una perspectiva conceptual y argumentativa. Esto es, un tipo de investigación en la que no siempre es posible presentar soluciones o demostraciones en un sentido estricto. Ahora bien, sí que aspira a ofrecer una argumentación sistemática y rigurosa que enriquezca nuestro objeto y que ponga las bases conceptuales y metodológicas para investigaciones ulteriores, sean de tipo teórico o aplicado. Nos ocuparemos, por tanto, del estudio de conceptos, ideas y nociones que consideramos esenciales para la comprensión de un fenómeno de gran relevancia social: la dialéctica entre las narrativas mediáticas y los procesos de identificación.

Merece la pena advertir que nuestro objeto de estudio no consiste en analizar un corpus concreto, ya que carece del carácter empírico y aplicado propio de las disciplinas y métodos experimentales. Por ello, no utilizaremos el método hipotético-deductivo ni partiremos de hipótesis fuertes, aunque sí plantearemos hipótesis de valor heurístico. Presentaremos, por tanto, contribuciones significativas de carácter teórico y metodológico al conocimiento del objeto de estudio expuesto en los anteriores términos. En definitiva, el foco de nuestro análisis será el sujeto, y el fondo, la sociedad y la

cultura mediática donde éste se inserta, dos entes –el individual y el colectivo–, que se encuentran necesariamente coimplicados en una incesante dialéctica. En este sentido, ni la subjetividad o la focalización en el individuo y sus actos a nivel individual pueden ser eliminados del análisis de los hechos sociales, ni los hechos sociales pueden ser excluidos del análisis de los sujetos. Puesto que ambos son los protagonistas principales de los acontecimientos y de los procesos que nos ocupan.



OBJETIVOS

Dado que las cuestiones relacionadas con la identidad son de carácter poliédrico, como hemos anunciado, nos proponemos esclarecer cuáles son las teorías y disciplinas que aportan luz a nuestro objeto de estudio. A continuación, presentamos los objetivos generales y específicos, que ya fueron anunciados en el proyecto de tesis presentado en el departamento.

En primer lugar, trataremos de esclarecer cuál es, si lo hay, el condicionamiento de las narrativas mediáticas identitarias sobre los procesos de identificación. De aquí, se derivarán los siguientes objetivos específicos:

- Analizar la evolución del concepto de sujeto en relación a las aportaciones de las diferentes disciplinas propuestas.
- Explicar la importancia de los marcos de referencia mediáticos en los procesos de construcción de identificaciones subjetivas.
- Describir la necesaria coimplicación entre los conceptos: *yo-nosotros-otros*, es decir, entre lo individual, lo comunitario y lo colectivo.
- Explorar las nuevas formas de interacción mediática y su posible condicionamiento en la configuración de las identificaciones.

En segundo lugar, nos hemos propuesto indagar sobre el papel de lo mítico y lo simbólico en la configuración de las narrativas mediáticas y los procesos de identificación. Dicho objetivo general conllevará la profundización de los siguientes objetivos específicos:

- Fundamentar la relevante función que debe jugar la logomítica en el estudio de la comunicación mediática.
- Describir la importancia de la tradición en las identificaciones subjetivas y comunitarias.
- Analizar la dialéctica entre memoria y olvido en las dinámicas identitarias.
- Destacar el papel de las estructuras de sentido propias de las narrativas mediáticas identitarias desde una perspectiva tematólogica: temas, motivos, argumentos, personajes, figuras, *loci*, alegorías, símbolos, arquetipos, estereotipos y tipos.

En tercer lugar intentaremos reflexionar críticamente acerca del valor de las narrativas mediáticas identitarias en los proceso de identificación. Y los objetivos específicos serán:

- Explorar la incidencia de la recepción de narrativas mediáticas identitarias y de la participación en entornos virtuales en los procesos de construcción de la realidad por parte de los sujetos y los grupos.
- Analizar el concepto de imaginario colectivo y su influencia en los procesos de identificación.
- Describir las formas de intimidad, privacidad y publicidad propias de la comunicación mediática.
- Analizar el condicionamiento de las narrativas mediáticas en el encuentro o desencuentro los actores sociales (*yo-nosotros-otros*) y sus respectivas identificaciones.



FUNDAMENTO TEÓRICO-METODOLÓGICO

Aunque podría considerarse que un trabajo de carácter teórico no debería consagrar un apartado al fundamento especulativo del mismo, para nosotros es del todo crucial puntualizar cuál será la posición epistemológica a la cual nos adscribimos y especificar cuáles serán las principales disciplinas y corrientes clave en nuestra aportación.

A modo de preámbulo, cabría destacar que, en un sentido amplio, abordaremos nuestro objeto de estudio desde las ciencias sociales y humanas. Consideramos que el tema propuesto –la dialéctica entre las narrativas mediáticas y los procesos de identificación– es de carácter liminar, es decir, se encuentra en el umbral entre varios enfoques o perspectivas. Ya que ninguna de las disciplinas podría ayudarnos a enmarcar y acotar nuestro objeto de estudio de forma aislada, juzgamos del todo necesario explorar la cuestión desde un punto de vista transdisciplinar. Es decir, trataremos de tender puentes o poner en sintonía las propuestas de diferentes disciplinas que, si bien muchas veces se han podido considerar contradictorias, para nosotros son complementarias y nos permitirán estudiar a fondo nuestro objeto de estudio.

A continuación exponemos las cuatro disciplinas clave o acentos distintivos que pretendemos aunar en nuestro estudio: en primer lugar, las aportaciones de la antropología cultural y de la antropología filosófica nos permitirán adentrarnos en la exploración de las interacciones simbólicas entre el ser humano y la comunicación mediática; en segundo lugar, las contribuciones de la psicología social nos facilitarán la comprensión de los procesos de identificación subjetivos; en tercer lugar, las aportaciones más relevantes de la sociología fenomenológica nos permitirán acercarnos al análisis de la vida cotidiana y de las interacciones entre sujetos y colectivos; y en cuarto lugar, los estudios de comunicación constituirán la base para el análisis de la comunicación mediática.

También es preciso exponer que consideramos de gran importancia la aplicación de enfoques interpretativos en los estudios de comunicación, por lo que la hermenéutica será un enfoque clave que teñirá transversalmente las disciplinas citadas y delimitará tanto el tenor como el horizonte de esta tesis. Nos referimos a la necesidad de interpretar los contenidos simbólicos utilizados en toda interacción, sea esta interpersonal (la conversación cara a cara) o en la distancia (la recepción mediática o la participación virtual). En este sentido, la perspectiva interpretativa nos permitirá descifrar y sacar a la luz los sentidos latentes de todo encuentro social.

Esta tesis es de carácter transdisciplinar ya que trata cuestiones ontológicas y epistemológicas y dedica capítulos al estudio de diversos temas tales como el símbolo, el mito, el lenguaje, la narración, la construcción de la realidad o la configuración de la tradición y la memoria. Por más que pudiera parecer demasiado sincrética, sostenemos que el abordaje de todos estos temas es fundamental para estudiar nuestro objeto. A nuestro juicio, es imprescindible proceder de esta manera para poder comprender y explorar a fondo la dialéctica entre la narrativas mediáticas y los procesos de identificación. De hecho, todos estos aspectos no son más que las diferentes facetas de un mismo fenómeno, que puede ser estudiado a la luz de múltiples ángulos o perspectivas.

Dado que ésta es una tesis teórica, el método de trabajo seleccionado ha sido, principalmente, documental. La búsqueda de las fuentes bibliográficas, su selección y análisis ha sido, por tanto, una de las actividades que ha requerido más esfuerzo y dedicación. En este sentido, hemos tratado de recurrir a voces expertas para complementar y matizar las interpretaciones de las obras y los autores utilizados. Además, hemos tratado de tender puentes entre las diversas disciplinas estudiadas para ofrecer un fundamento riguroso y coherente, lo suficientemente rico para que pueda resultar útil a futuras investigaciones.



ESTRUCTURA DE CAPÍTULOS

Esta tesis ha sido estructurada en siete capítulos y ha adoptado, en cierta medida, una progresión gradual. Además, hemos propuesto un trayecto que va de lo general a lo específico. Así en los tres primeros capítulos hemos explorado en profundidad cuestiones más generales, que nos han permitido fundamentar nuestra propuesta, y en los cuatro últimos hemos tratado de focalizar, de manera más específica, en los aspectos más concretos del objeto de estudio. Veamos, sumariamente, el contenido desarrollado en cada una de las diferentes secciones. Valga mencionar que en todo momento hemos

tenido presente la vinculación entre las diferentes perspectivas teóricas estudiadas y la problemática tratada.

I. *Identificaciones simbólicas y mediaciones.* En este primer capítulo se realizan una serie de acotaciones previas a la problemática que permitirán alumbrar nuestro objeto de estudio. Esta tesis se inicia, por tanto, con una exploración del carácter simbólico y mítico de las mediaciones y de los procesos de identificación. Asimismo, se pone de manifiesto la importancia de la retórica y la hermenéutica en el estudio de las mediaciones y de los procesos a través de los cuales los sujetos y los grupos otorgan significaciones a las narrativas mediáticas. Con el fin de explorar la función socializadora de los medios de comunicación y su capacidad de incidir en los procesos de identificación, esta tesis pondrá el acento en cuatro enfoques teóricos que hacen énfasis en la dialéctica necesaria entre lo individual y lo social.

II. *Hacia una genealogía de las identificaciones.* El propósito aquí ha sido el de ofrecer un estado de la cuestión acerca de las identificaciones. Para ello, se han explorado en profundidad las diferentes concepciones del *yo* a la luz de las disciplinas propuestas. En este sentido, se ha realizado una panorámica sobre las múltiples maneras de entender este concepto. Asimismo, a lo largo del presente capítulo, se expone cuál es nuestra concepción sobre la identidad y se ofrecen argumentos a favor de la visión narrativa. Finalmente, este apartado pondrá el acento en la importancia del cuerpo y la corporeidad en la configuración de los procesos de identificación. Todos aspectos teóricos se vincularán posteriormente con nuestras pesquisas acerca de la dialéctica entre las narrativas mediáticas y las identificaciones que los receptores o usuarios de los entornos virtuales realizan.

III. *Lenguaje, experiencia y subjetividades.* El tercer capítulo pondrá de manifiesto el papel de los marcos de referencia en la comprensión del entorno y de la experiencia y nos permitirá remarcar la necesaria coimplicación entre lo individual y lo social. Estos aspectos teóricos serán fundamentales para comprender el condicionamiento que ejercen los imaginarios mediáticos sobre la experiencia compartida. A continuación, la

presente investigación se adentra en dos cuestiones clave para el estudio de los procesos de identificación: la dramaturgia social y la ritualidad, dos formas comunicativas también muy presentes en la cultura mediática. En última instancia, esta tesis se propone explorar cómo las teorías del lenguaje alumbran nuestro objeto de estudio. En la medida en que éste es fundamental para entender cómo los medios construyen a los sujetos y a los grupos.

IV. *El alcance de la narración.* Con el objetivo de ampliar la visión narrativa propuesta en el segundo capítulo y su vínculo con los medios de comunicación, en esta parte de la tesis se explora a fondo el paradigma narrativista y el modo en que la narración condiciona los procesos de identificación. Dado que el sujeto construye su historia personal mediante la biografía, este capítulo dedica especial atención al estudio de la literatura egotista. Esta indagación permitirá ofrecer más tarde un marco comprensivo acerca de las narrativas biográficas en Internet, por ejemplo. También se planteará el vínculo existente entre narración y comunicación y se tratará de poner de manifiesto cómo las narrativas mediáticas configuran los procesos de identificación.

V. *Imaginario colectivo, identificación subjetiva y contexto mediático.* Aquí se abordarán las teorías del imaginario y su papel fundamental en la configuración de las narrativas mediáticas identitarias y de los procesos de identificación. En la medida en que los medios de comunicación configuran y vehiculan proyecciones colectivas, podremos hacer énfasis en su capacidad de construir los imaginarios colectivos compartidos por una cultura o comunidad. A continuación se prestará especial atención al modo en que la memoria, entendida como fenómeno multidimensional, y la tradición, como forma de aprendizaje sociocultural, son configuradas y vehiculadas a través de los medios de comunicación.

VI. *Los medios y la construcción de la realidad cotidiana.* Este apartado de la tesis hará hincapié en el rol de los medios como constructores de la llamada realidad cotidiana. Para ello, se exponen diversas teorías sobre la realidad compartida y se realiza una exploración sobre la condición social, psicológica y narrativa de la misma. Todo ello permitirá ofrecer una

propuesta acerca del modo en que se elabora, configura y percibe la realidad mediática.

VII. Condicionamiento de los medios de comunicación sobre los procesos de identificación. Finalmente, este capítulo explora cuáles son los aportes más relevantes sobre la relación entre los medios y la identidad desde la perspectiva de los estudios de comunicación. A la luz de los estudios culturales, feministas o los etnográficos se presentan las propuestas teórico-empíricas más interesantes. Llegados a este punto, esta tesis aborda en qué medida los medios de comunicación condicionan los procesos de formación del *yo*; cómo los receptores se identifican con los personajes mediáticos; cómo se configuran las identificaciones en los espacios virtuales; y de qué forma se construyen las categorías *nosotros* y *ellos*.



PREMISAS E HIPÓTESIS DE CARACTER HEURÍSTICO

La tesis que presentamos es de carácter exploratorio, de tenor teórico-argumentativo y se adscribe al campo de las ciencias sociales y humanas. Por estos tres motivos, resulta, de todo punto, inviable proponer hipótesis fuertes, en el sentido que plantean las ciencias exactas o el método hipotético-deductivo. Como es bien sabido, la física, las matemáticas o las investigaciones de corte empírico de diversas áreas se fundamentan en la demostración. En cambio, esta tesis no busca hallar soluciones definitivas o últimas al problema planteado, como venimos anunciando, sino enriquecer y ampliar la comprensión transdisciplinar de un objeto de estudio que reviste gran importancia social y humana y que, en no pocas ocasiones, es explorado de manera dogmática.

Quizás sea preciso recordar que no siempre es obligatorio recurrir a hipótesis en el sentido expuesto en los anteriores términos. Hay incluso metodólogos que recomiendan no plantearlas en las investigaciones teóricas o exploratorias, puesto que el investigador no podrá probarlas al fin de su trabajo, lo cual supondría una gran frustración tanto para él como para sus lectores. Sin embargo, ello no implica, en ningún caso, que el investigador

aborde la realidad desprovisto de supuestos acerca de la misma o que no se pregunte cómo puede funcionar el proceso que quiere estudiar.⁶ Es más, estas suposiciones, que en ocasiones son llamadas ‘hipótesis débiles’, ‘hipótesis heurísticas’ o ‘anticipaciones de sentido’, ayudan a la comprensión de los fenómenos estudiados y permiten al investigador orientarse en relación al objeto de estudio.

Además, estas presunciones permiten manifestar que todo investigador que se sumerge en el estudio de un proceso lo hace orientado hacia un marco de referencia sociocultural en el que se inserta y hacia una disciplina o un campo de estudio que conoce. Y no podemos olvidar que estas categorías o esquemas mentales, propiamente, condicionarán sus procesos de observación, valoración e interpretación y su manera de abordar el objeto de estudio. En este sentido, como ya hemos expresado, lo propio de la lógica o pseudológica propuesta es que el investigador no quiera o no pueda probar tales hipótesis. En cambio, sí que aspira a cuestionarlas, perfilarlas, perfeccionarlas, reformularlas o incluso negarlas. Así, podrá ofrecer una reconstrucción de los fenómenos estudiados desde una perspectiva más comprensiva e integradora.

En definitiva, dado que el concepto de hipótesis tiene una fuerte connotación deductiva, cuantitativa y experimental, que se opone a la presente investigación teórico-argumentativa, hemos decidido diferenciar entre dos categorías: premisas de partida e hipótesis heurísticas. Las primeras son las asunciones que guiarán el horizonte de nuestra investigación y las segundas serán cuestionadas, perfiladas, reformuladas o desmentidas a lo largo de la presente. Al plantear ambas, nuestro objetivo será el de combinar la fecundidad con el rigor. Ahora bien, esta será una aspiración más que una exigencia puesto que, como ha sugerido Mario Bunge, célebre filósofo de la ciencia, conocido por su inveterado positivismo, “ninguna línea de pensamiento podría acaso arrancar si se le impusieran severos criterios de rigor”.⁷

⁶ J. A. Yuni y C. Ariel Urbano (2006) *Técnicas para investigar I*. Córdoba, Argentina: Brujas, p. 115.

⁷ M. Bunge (2004) *La investigación científica*. México: Siglo XXI, p. 712.

Premisas de partida

P1. No existen sujetos esenciales o identidades inmutables ajenas a su contexto social. En cambio, sostenemos que los sujetos y los grupos se adscriben a diversas y cambiantes categorías sociales que les permiten autocategorizarse y definir a los demás.

P2. Los procesos de identificación son eminentemente imaginativos, simbólicos, lingüísticos y, en fin, narrativos. No existen categorizaciones interpersonales ni sociales ajenas a la identidad narrativa o al lenguaje propiamente dicho. Las identificaciones son construcciones narradas que se transforman en función de los marcos de referencia –culturales, sociales y mediáticos– donde se insertan, y de las situaciones de interacción comunicativa.

P3. El sujeto representa de manera reflexiva diferentes papeles en cada situación vital. En esta puesta en escena sobre sí mismo, el sujeto se identifica y desidentifica con los demás mediante la encarnación de roles aprehendidos o construcciones sociales muy influidas por la comunicación mediática.

P4. Los medios funcionan como constructores sociales de la realidad y crean esquemas de significación que facilitan a los individuos la comprensión del entorno circundante. Asimismo, vehiculan los imaginarios colectivos gracias a los cuales los sujetos y los grupos se identifican.

P5. El hombre y la mujer son seres de mediaciones, finitos y deficientes, en un sentido antropológico, ya que recurren a las formas de conocimiento, pensamiento y comunicación mítica para llenar de sentido los vacíos o resolver las preguntas que no son capaces de resolver mediante las formas lógico-conceptuales.

P6. El sujeto posmoderno tiene –como cualquier sujeto histórico, por cierto– necesidad de historias ajenas, y se encuentra inmerso en un constante intercambio comunicativo, formado no sólo por sus encuentros interpersonales con otros sino también y principalmente por su relación con la cultura en sentido lato y con la cultura mediática en concreto.

P7. La tradición, la memoria y el olvido son aspectos clave en la construcción de los imaginarios colectivos que los individuos incorporan en

sus marcos de referencia y utilizan en sus interacciones cotidianas, bien sean éstas cara a cara o mediadas por la distancia.

Hipótesis heurísticas

H1. Las narrativas mediáticas identitarias condicionan los procesos de identificación. En la medida en que dichas narrativas proponen roles, referentes y pautas de comportamiento social, permiten a los sujetos formar parte de comunidades –en muchas ocasiones imaginadas– representadas por los medios de comunicación.

H2. El proceso de formación del *yo* está muy influido por los relatos que promueve la cultura mediática. Los medios condicionan tanto la configuración del concepto de sí mismo como la autoimagen corporal, dado que proponen modelos hegemónicos acerca de la belleza, la salud o el éxito.

H3. Los sujetos pueden identificarse o diferenciarse de los personajes, identidades o grupos representados. Estas identificaciones (positivas o negativas) con los *nosotros* y los *otros* influirán notablemente en sus interacciones con el resto de grupos y en sus concepciones o valoraciones acerca de ellos.

H4. Internet y las nuevas redes sociales influyen en la creación de las identificaciones y dan a los sujetos la posibilidad de experimentar con sus diferentes *yos*. La creación de avatares o personajes virtuales permite a los individuos proyectar sus anhelos y deseos identitarios.

H5. Los nuevos espacios virtuales, tales como blogs, redes sociales o chats, favorecen la fragmentación y la dispersión del sujeto y le impiden configurar una imagen completa o estable de la yoidad.



A lo largo de la tesis hemos subrayado en varias ocasiones, de manera implícita o explícita, el carácter poliédrico de nuestro objeto de estudio. Ahora, más que nunca nos damos cuenta del *polifacetismo* de éste y de lo necesario y útil que ha resultado plantear un enfoque teórico-argumentativo como el nuestro. Este proyecto nació en 2004, fruto de la curiosidad y el

interés por conocer a fondo los mecanismos discursivos mediante los cuales las personas ocupan un lugar o desempeñan un rol en la sociedad. No podemos olvidar que las cuestiones relacionadas con la identidad tienen mucho que ver con el poder. De hecho, no todo el mundo puede identificarse en los mismos términos ni tiene los mismos recursos simbólicos a su alcance. Además, la identidad está íntimamente ligada a la diferencia y a la alteridad, cuestión de máxima relevancia en la sociedad actual. El racismo, el fundamentalismo e, incluso, ciertos nacionalismos maximalistas no son más que formas de negar la diferencia y la existencia del *otro*. En este sentido, los medios de comunicación tienen una gran responsabilidad ya que configuran y hacen circular tópicos recurrentes y estereotipos simplificadores sobre la identidad que se encuentran en la base de los procesos de exclusión.

Para finalizar, nos gustaría expresar que una tesis como la que hemos llevado a cabo nunca puede ser del todo exhaustiva ni por cuestiones de espacio ni por la competencia de la autora. No obstante, valga subrayar que aquellos matices que no hemos podido desarrollar en el texto, los hemos tratado de apuntar bibliográficamente. Además, dado que nuestro trabajo es de carácter teórico-argumentativo, está, como es evidente, abierto a críticas y espera poder ser ampliado en el futuro.



Esta tesis no habría sido la misma sin el apoyo de todos aquellos que han estado cerca o me han dedicado su tiempo y atención. Gracias a Lluís Duch, Carles Feixa, Dolors Comas D'Argemir, Larry Nathan Strelitz, Amit Kama, Teun Van Dijck, David Vidal, Víctor Hernández-Santaolalla, Jordi Grau, Mauricio Escudero, Pedro Barroso, Rafael González Galiana, Oriol Oliva, Aida Morales, Zuriñe Martín. Gracias también a mi amiga Marta, a mis padres Pina y Juan, y a mi compañero, Gonzalo.

Especialmente, quiero mostrar mi agradecimiento a mi director Albert Chillón, por todos estos años de auténtico diálogo.

Capítulo I

Identificaciones simbólicas y mediaciones

1.1. INTRODUCCIÓN

El objetivo principal de este capítulo es explicar y justificar nuestra tesis de que toda experiencia humana está mediada por lo simbólico. Valga anunciar que hemos planteado esta primera aproximación como el punto de partida o piedra angular desde la que accederemos a la comprensión y explicación de la teoría estudiada y propuesta a lo largo de la presente tesis. De manera que estas consideraciones constituirán el trasfondo conceptual general para el estudio en su conjunto. El enfoque antropológico-hermenéutico que presentamos nos ha permitido comprender el sistema simbólico en sí mismo y captar cómo se inscriben los símbolos en un contexto más amplio de significación: el de las mediaciones. A continuación queremos llevar a cabo una aproximación sobre algunos conceptos clave para la comprensión de nuestro objeto de estudio, como son el símbolo, el mito y las mediaciones, que luego nos resultarán muy útiles para elucidar nuestra propuesta comprensiva de las identificaciones. Continuaremos planteando la interrelación que estos conceptos mantienen con las figuraciones, pensamientos, emociones y otras asunciones culturales compartidas, que la cultura mediática construye, propone y difunde. Este será el punto de partida

para el desarrollo posterior de nuestra concepción sobre la construcción de la realidad y la configuración mediática del *yo*, el *nosotros* y el *ellos*, procesos fundamentales a los que nos dedicaremos en los capítulos posteriores. Aquí nos limitaremos a expresar nuestra concepción del *anthropos* como un ser de mediaciones que sólo puede llegar a conocer y conocerse mediante la creación, la configuración y la interpretación de símbolos. Para finalizar, pondremos de manifiesto el carácter socializador de los medios de comunicación y su rol fundamental en la construcción de la realidad cotidiana y la comprensión de la cultura y de los procesos de identificación.

1.2. SÍMBOLO Y REPRESENTACIONES MEDIÁTICAS

Resulta evidente que un tratamiento pormenorizado del tema anunciado se escapa de nuestras posibilidades por su complejidad y extensión. No obstante, con el fin de aportar luz a nuestro objeto de estudio, realizaremos una sumaria exposición sobre el alcance de lo simbólico y sus formas de representación. Esta disquisición teórica nos permitirá señalar de antemano que todo estudio ontológico sobre el ser humano, que podría iniciarse con la clásica pregunta antropológica “¿quién soy?”, no puede olvidar que el *yo* vive en un sistema o universo simbólico y, que en rigor, es *yo* en virtud de símbolos. Además, como desarrollaremos más adelante, sólo gracias a este sistema o red de símbolos el ser humano puede construir y comprender el universo y la realidad en la que habita y, como es evidente, dar significación a su propia experiencia y a sus relaciones con los demás. Con frecuencia, sobre todo, en el ámbito cultural occidental, el término símbolo (*symbolon*) ha poseído usos y aplicaciones heterogéneas en los diversos sistemas sociales, dado que es multivalente y ambiguo en sí mismo. A los fines de una exposición concreta del problema en cuestión, nos centraremos únicamente en aquellas aportaciones teóricas que nos han resultado más relevantes y enriquecedoras para nuestro objeto. No olvidemos que las narrativas mediáticas, como iremos viendo, son artefactos simbólicos, que configuran y representan la realidad y las identificaciones de los sujetos y los grupos. Valga anunciar que situamos, como Martín Barbero, los medios en el ámbito

de las mediaciones, es decir, los comprendemos como un proceso de transformación cultural donde se articulan las prácticas comunicativas, los movimientos sociales, las diferentes temporalidades y la pluralidad de matrices culturales.¹

Inicialmente debe tenerse presente que lo simbólico es una condición estructural de la naturaleza humana y los símbolos son de carácter histórico, ya que son rearticulados en función de los diversos contextos existenciales.² Esta premisa es la que ha llevado a numerosos autores a afirmar que la facultad de utilizar símbolos es el atributo específico que hace al ser humano diferente del animal.³ Con razón Ernst Cassirer dice que el hombre es un animal simbólico⁴ o Mircea Eliade lo llama *homo symbolicus*.⁵ No obstante, cabe señalar que lo simbólico tiene unos orígenes prehumanos, como ha advertido Lluís Duch, que podrían ser explicados a la luz de la capacidad lúdica de los animales y de su instintiva ritualización.⁶ Ahora bien, la capacidad simbólica del ser humano no es meramente instintiva y se halla en la base de su inteligencia y de su imaginación, como diría Cassirer. Además, los símbolos no son creaciones irracionales e independientes de la psique y aparecen en toda clase de manifestaciones psíquicas tales como los pensamientos o los sentimientos, como ha sugerido Carl Gustav Jung, desde una perspectiva psicológica. De hecho, los símbolos responden a una

¹ Cf. J. Martín Barbero (1987) *De los medios a las mediaciones*. México: Gustavo Gili. pp. 154-203.

² Hemos realizado esta distinción basándonos en el modelo interpretativo iniciado por Lluís Duch en su tesis doctoral, *Ciencia de la religión y mito* (1974), y en su libro *Historia y estructuras religiosas* (1978). Para el investigador es necesario mantener la tensión estructura-historia. Estas dos categorías corresponden a diferentes órdenes, pero sólo coimplicadas dan muestra de la verdadera humanidad del hombre. Mientras que la estructura proporciona temas *a priori* –lo simbólico, en este caso– la historia articula dichos temas *a posteriori* –los símbolos concretos–. Si reducimos lo estructural a lo histórico caeremos en el reduccionismo o el relativismo, ya que sólo prestaremos atención a la existencia, fruto exclusivo de las coyunturas económicas, sociales o políticas; por el contrario, si limitamos lo histórico a lo estructural tropezaremos con el esencialismo, ya que no tendremos en cuenta las peculiaridades culturales e históricas de cualquier situación o proceso. Cf. L. Duch (1978) *Historia y estructuras religiosas*. Barcelona: Ediciones Don Bosco, p. 110.

³ L. A. White (1987) *La ciencia de la cultura*. Barcelona: Paidós, p 43.

⁴ E. Cassirer (1963) *op. cit.*, p. 49. No olvidemos que desde la perspectiva de Cassirer, el ser puede construir potencialmente infinitos mundos simbólicos alternativos.

⁵ Cf. M. Eliade (1969) *Mefistófeles y el andrógino*. Madrid: Guadarrama, pp. 244-275.

⁶ Cf. L. Duch (2002b) “Precedentes prehumanos de la simbolización” en *Antropología de la vida cotidiana*. Madrid: Trotta, pp. 53-102.

necesidad innata del ser humano por conocer lo desconocido y representan aquello que no se puede definir o comprender del todo;⁷ o, cumplen la función de exhibir las realidades más profundas del ser, como ha sugerido Mircea Elíade, desde una perspectiva metafísica.⁸ Parece bastante claro, por tanto, que el ser humano utiliza los símbolos para comprender el mundo que le rodea, pero al mismo tiempo, para comprenderse a sí mismo. Precisamente, el hombre es el único ser que además de tomar parte en el proceso de simbolización llega a ser consciente de él. Esta idea recuerda, sin duda, a la definición del *anthropos* propuesta por Helmuth Plessner, según la cual éste es un ser 'excéntrico'. A sus ojos, los humanos disponen de la posibilidad de tomar distancia respecto de sí mismos o, lo que es lo mismo, son capaces de descentrarse, tomar distancia⁹ y desarrollar una conciencia de sí. Con ello queda claro que el pensamiento y la conducta simbólicos se hallan entre los rasgos más característicos de la condición humana.¹⁰ En palabras de Lluís Duch, "la *aptitud simbólica*, que es lo que real y radicalmente comparten *todos* los humanos, es la base más firme e incontestable para la afirmación de la única humanidad del hombre".¹¹ Es así como debemos entender que el símbolo es el *modus vivendi y operandi* propio de los humanos¹² o, lo que es lo mismo, que el ser se caracteriza por su necesidad de integrar su vida empírica mediante símbolos. Mas ¿por qué se ve obligado a utilizar estas fórmulas en su vida cotidiana? Quizás porque esta sea la única vía para vivir y comprender el mundo y la realidad circundante.

1.2.1. Un universo y una realidad simbólica

Quizás fuese el romántico Georg Friedrich Creuzer, discípulo de Schiller, el que primero y mejor expresó la importancia del símbolo, al decir que éste

⁷ C. G. Jung (1995) *El hombre y sus símbolos*. Barcelona: Paidós, p. 21.

⁸ M. Elíade (1961) *Mitos, sueños y misterios*. Buenos Aires: Fabril.

⁹ Cf. H. Plessner (1991) "Conditio Humana" en G. Mann, y A. Heuss (eds.) *Historia Universal I*. Madrid: Espasa-Calpe, pp. 31-85.

¹⁰ E. Cassirer (1963) *op. cit.*, p. 50.

¹¹ L. Duch (2004) "Símbolo y ambigüedad humana" en *Estaciones del laberinto*. Barcelona: Herder, p. 28.

¹² L. Duch (2010) *Religió i comunicació*. Barcelona: Fragmenta, p. 213.

“representa el camino más corto para alcanzar la realidad”.¹³ Para Creuzer, como ha subrayado Lluís Duch, los símbolos no son explicables ni racionalizables y podrían ser definidos como aquello que no puede ser plena ni cabalmente comprendido por el concepto.¹⁴ De hecho, como acertadamente ha afirmado el antropólogo catalán, mientras que el orden conceptual hace referencia a la generalización abstracta, a la objetividad o a la fijación unívoca; el orden simbólico, por el contrario, es histórico-contextual, cultural y equívoco.¹⁵ Este hecho nos induce a considerar que los símbolos no remiten a nada fijo y por ello, son fundamentalmente ambiguos, como veremos. Ahora bien, algunas de las premisas más relevantes que configuraron el pensamiento de Creuzer y le dieron solidez también se hallan en Ernst Cassirer, autor fundamental para nosotros, que guiará el horizonte de nuestra exposición. Una de sus asunciones de partida es que el hombre no vive “en un puro universo físico sino en un *universo simbólico*”,¹⁶ como iremos desarrollando. De manera, que los símbolos son la materia esencial para construir el mundo humano y habitar en él. A la luz de sus planteamientos, el sujeto se halla inmerso en un universo simbólico en el que se encuentra envuelto en formas lingüísticas, imágenes artísticas, símbolos míticos o ritos religiosos y no puede ver ni conocer nada si no es a través de este medio. Dicho de otro modo, más que vivir en un mundo de crudos hechos o de hechos brutos, como él diría, el hombre “vive, más bien en medio de emociones, esperanzas y temores, ilusiones y desilusiones imaginarias, en medio de sus fantasías y sus sueños”.¹⁷ Así, tanto de una manera teórica como práctica, el sujeto se encuentra con representaciones, significaciones e interpretaciones, por medio de las cuales accede al mundo cotidiano.¹⁸ Y su acceso o construcción de la realidad, como veremos con mayor pormenor en el capítulo VI, será siempre mediado por lo simbólico. A nuestro entender, los

¹³ Dado que las obras de Creuzer no están traducidas del alemán, hemos accedido a las aportaciones del autor gracias a Lluís Duch. C.f. L. Duch (2002a) *Mito, interpretación y cultura*. Barcelona: Herder, p. 369.

¹⁴ L. Duch (2002a) *op. cit.*, p. 371.

¹⁵ L. Duch (2010) *op. cit.*, p. 195.

¹⁶ E. Cassirer (1963) *op. cit.*, p. 47.

¹⁷ E. Cassirer (1998) *Filosofía de las formas simbólicas I*. México: FCE, p. 48.

¹⁸ E. Cassirer (1998) *op. cit.*, p. 297.

sujetos y los grupos más que construir el mundo mediante símbolos lo construyen *en* y *con* ellos. Esto vendría a significar que no hay contenidos mentales anteriores a los símbolos o, lo que es lo mismo que estos son constitutivos y constituyentes de la realidad humana. Valga mencionar que los símbolos tienen la capacidad de expresar tanto la realidad externa (los objetos del orbe físico) como la interna (los pensamientos o ideas del orbe psíquico), suponiendo que existiera tal distinción. Desde esta perspectiva, el símbolo tendría una doble función: primero, la de marcar el camino para llegar a uno mismo y segundo la de expresar y definir el universo o las formas sagradas del cosmos. Ahora bien, como ha sugerido Elíade, que ha centrado parte de sus investigaciones sobre el símbolo religioso y la relación de éste con las hierofanías, lo real, es decir, lo poderoso, lo significativo, lo viviente, equivale a lo *sagrado*.¹⁹ Recordemos que para los primitivos, los símbolos son principalmente siempre religiosos y hacen alusión a aspectos de lo real o a estructuras del mundo.

En este sentido, es importante matizar que los símbolos no tienen una entidad física propiamente dicha, tal y como ha sugerido Cassirer. De hecho, no son la propiedad de la cosas ni son rígidos o estáticos; por el contrario, son variables y móviles, y tienen capacidades significativas o designadoras.²⁰ Es más, poseen un valor funcional que es el de otorgar o poseer sentidos,²¹ cuestión de cabal importancia sobre la que volveremos más adelante. En *Filosofía de las formas simbólicas*, Cassirer sugiere que el símbolo no es un objeto en sí mismo, sino una *ley*, entendida como una forma²², que permite el descubrimiento de diversos campos de la experiencia. No debe olvidarse que para el antropólogo, el símbolo mantiene una relación con la realidad variable y cambiante, ya que se encuentra unido a la praxis. Este es precisamente uno de los aspectos más relevantes de su contribución: la conjunción establecida entre el aspecto formal del símbolo, su significación y el ámbito de la experiencia humana. Podría decirse, por tanto, que las formas simbólicas son capaces de configurar las relaciones del hombre con el mundo

¹⁹ M. Elíade (1969) *op. cit.*, p. 262.

²⁰ E. Cassirer (1963) *op. cit.*, pp. 64 y 47.

²¹ E. Cassirer (1963) *op. cit.*, p. 91.

²² Cf. E. Cassirer (1998) *op. cit.*

en tanto dan sentido a la experiencia. El hecho de que estas formas no sean estables y siempre se muestren abiertas a la interpretación es el que nos hace afirmar que los símbolos son polisémicos, ambivalentes y fundamentalmente ambiguos. Cuestión que tiene relación, sin duda, con los procesos interpretativos que realizan los receptores en los que profundizaremos más adelante. Tal y como ha expresado acertadamente Lluís Duch, la característica fundamental del ser humano es la ambigüedad, consecuencia inmediata de su finitud constitutiva y causa directa de su relación con el símbolo, ya que como señala: “Porque es fundamentalmente ambiguo, el ser humano se ve obligado a vivir y morir en la esfera de los símbolos”.²³ Por esta razón, la ambigüedad es el atributo por excelencia del símbolo²⁴, dado que “al contrario que el ‘mero’ signo, se mantiene constantemente abierto a nuevas posibilidades de relación con la realidad simbolizada”.²⁵ Conviene subrayar aquí que las formas simbólicas se sitúan también para Cassirer en un terreno intermedio. De hecho son capaces de mediar entre los dualismos que encuadran el pensamiento tradicional (bien-mal, mente-cuerpo o interno-externo) y la experiencia de los seres humanos. En su opinión, el verdadero concepto de lo simbólico no puede adaptarse a las tradicionales clasificaciones o dualismos metafísicos, sino que debe superar y romper sus marcos. Este antidogmatismo es una de las claves de la dialéctica propuesta. Así, lo que necesitamos retener es que el símbolo no es ‘lo uno o lo otro’ sino que representa ‘lo uno en lo otro’ y ‘lo otro en lo uno’.²⁶ Las formas simbólicas serían aquí, no ya imitaciones de la realidad, sino *órganos* que permiten construir la realidad humana propiamente dicha. De esta manera, la función primera del símbolo sería la de convertir, transformar, trasladar de un universo a otro una realidad (subjetiva) que precisa ser objetivada u objetivable, o lo que es lo mismo, transformar las meras vivencias sensibles en experiencias.

²³ L. Duch (2010) *op. cit.*, p. 187. (T. d. A.).

²⁴ L. Duch (2002b) *op. cit.*, p. 37.

²⁵ L. Duch (2002b) *op. cit.*, p. 44. La diferencia entre signo y sentido ha sido desarrollada en el apartado 3.3.6.

²⁶ E. Cassirer (1976) *Filosofía de las formas simbólicas III*. México: FCE, pp. 446-450.

En este sentido, cabe insistir que para nosotros un acceso total a la realidad es una tarea difícilmente alcanzable, puesto que ésta no existe en tanto sustancia única o acabada, sino como proceso ‘in fieri’, como desarrollaremos en el capítulo VI. La labor del hombre consistiría, por tanto, en acotar y rodear un terreno impreciso –de aquí la palabra experiencia, que viene de *ex-perior*: transitar alrededor– del que nunca podrá tener más que una impresión mediante símbolos, es decir, mediante formas polisémicas que le permiten demarcar y otorgar sentido a la realidad circundante, situarse y comprenderse *en* ella. Más adelante veremos cómo los medios de comunicación cumplen estas funciones simbólicas. Pero ¿cómo accedemos a estas impresiones o realidades cotidianas propias y ajenas? Tal y como menciona Duch:

“Fundamentalmente lo humano consiste en una construcción simbólica y social de la realidad que posibilita la instalación del ser humano en su mundo cotidiano; una instalación que comporta constantes procesos de interpretación de su entorno físico y humano o lo que es lo mismo: en continuas contextualizaciones a tenor de los cambios que impone la propia biografía de los seres humanos”.²⁷

Este *continuum* interpretativo se debe a que el símbolo permanece siempre abierto, de manera que el sujeto debe desvelar algo que no responde a la evidencia racional. Es más, como apuntó Jung, el símbolo siempre representa algo más que su significado evidente e inmediato.²⁸ De manera que, como señala Duch, el símbolo “nunca es ‘explicado’ de una vez para siempre, sino que ha de ser descifrado continuamente, de la misma manera que una partitura musical nunca es descifrada para siempre, sino que sugiere una ejecución siempre nueva”.²⁹ Puesto que no tenemos un acceso directo o inmediato a la realidad necesitamos utilizar símbolos que median entre el mundo y el hombre. En este sentido, lo simbólico funciona como un médium entre lo conocido y lo desconocido, entre la presencia y la ausencia. Como dice Lluís Duch, el símbolo “hace *mediatamente presente lo que es*

²⁷ L. Duch (2004) “Notas para una antropología de la comunicación” en *op. cit.*, p. 91.

²⁸ C. G. Jung (1995) *op. cit.*, p. 55.

²⁹ L. Duch (2002a) *op. cit.*, p. 158.

*inmediatamente ausente*³⁰ ya que “las ausencias, los vacíos son parte integrante e irrenunciable de la construcción del mundo humano y de la vivencia en él”.³¹ A sus ojos, lo que caracteriza el trabajo del símbolo es la aptitud que éste tiene para establecer compatibilidades entre mundos diferentes y desconocidos entre sí a través de los que ha de moverse, pensar y vivir el ser humano. Así, los símbolos permiten trascender los límites –de lo inefable y lo incomprensible– y hacer presente o acercar aquellas partes de la realidad que nunca estarán a nuestra disposición. Como ha afirmado Duch, gracias al símbolo los humanos podemos ir más allá y “llenar nuestros vacíos e iluminar nuestras sombras”³² aunque sea en forma de ausencia. Ya que el hombre se encuentra instalado continuamente en la cuerda floja y entre la continuidad y el cambio:

“(…)Nunca se encuentra ‘situado’ definitivamente, sino que, incesantemente, con el concurso del ‘trabajo del símbolo’ y por el hecho de estar siempre acomodándose, va situándose de nuevo, abriéndose a nuevos horizontes, va actualizando en cada presente las inagotables posibilidades del ‘ausente’ pasado y futuro –‘el ya-no presente’ y ‘el todavía-no presente’–, que llega a ser provisionalmente actual”.³³

Es decir, los símbolos funcionan como un lugar de encuentro –o modo de comunicación– entre los universos de la familiaridad y los de la extrañeza, entre lo ausente y lo presente, entre el pasado, el futuro y el presente; y sobre todo, sirven al ser humano para vencer la confusión y la contingencia que éste experimenta en forma de decadencia física –mortalidad– a causa del irrefutable paso del tiempo. De manera que el símbolo es un artefacto que permite al ser humano suplir las deficiencias de su propia humanidad. Por ello, podría decirse que lo simbólico tiene la capacidad de invocar y evocar, de recordar y de anticipar o, lo que es lo mismo, de tender puentes entre lo ausente y lo presente. Mediante el recurso a lo simbólico, los seres humanos pueden hacer coincidir el ayer, el hoy y el mañana o dar existencia a lo

³⁰ L. Duch (2002b) *op. cit.*, p. 224.

³¹ L. Duch (2010) *op. cit.*, p. 233. (T. d. A.).

³² L. Duch (2010) *op. cit.*, p. 224. (T. d. A.).

³³ L. Duch (2010) *op. cit.*, p. 233. (T. d. A.).

inexistente, funciones que son fundamentales para comprender la comunicación mediática.

Pero lo simbólico también desempeña una función socializadora fundamental, como bien han manifestado Alfred Schütz³⁴ o Peter L. Berger y Thomas Luckmann³⁵, por ejemplo, y ocupa un lugar central en la cultura, como han sugerido Clifford Geertz³⁶ o Victor Turner³⁷. De hecho, estas formas de expresión tienen un papel crucial en todos los ámbitos de la vida corriente y de la interacción diaria entre los individuos y los grupos, ya que les permiten representar, traducir e interpretar constantemente lo que ocurre a su alrededor y otorgar sentidos a la existencia humana. Para Duch, “el existir humano, que jamás puede eludir el *empalabramiento* de la realidad (el lenguaje), es sencillamente una *manipulación* (en el sentido mejor y en el peor de este vocablo) con símbolos”.³⁸ Los símbolos aparecen aquí como creaciones imaginativas que toman consistencia en forma de palabras e imágenes. De ahí la importancia del lenguaje y la semiosis en general, como formas de manifestación y constitución del sujeto, que sirven para comprender la realidad.

Podría afirmarse, por tanto, que estas mediaciones y representaciones nos permiten acceder al conocimiento del entorno circundante y al autoconocimiento de sí y de los *otros*. En este sentido, hablar de mediaciones simbólicas es equivalente a hablar de relaciones. Desde una perspectiva antropológica, la relacionalidad constituye el centro neurálgico del hombre como ser de mediaciones.³⁹ Volveremos sobre el funcionamiento de estas últimas, en forma de historias o juegos escénicos, en los capítulos posteriores. Y es que lo simbólico refuerza y establece vínculos de pertenencia y autorreferencia entre los diferentes grupos humanos, legitimando a su vez los procesos de identificación y la construcción del *nosotros* y el *otros*.⁴⁰

³⁴ Cf. A. Schütz (2003) “Símbolo, realidad y sociedad” en *El problema de la realidad social*. Buenos Aires: Amorrortu, pp. 195-316.

³⁵ P. L. Berger y T. Luckmann (2008) *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu.

³⁶ C. Geertz (1981) *La interpretación de las culturas*. Barcelona: Gedisa.

³⁷ V. Turner (1980) *La selva de los símbolos*. Madrid: Siglo XXI.

³⁸ L. Duch (2004) “Símbolo y ambigüedad humana” en *op. cit.*, p. 24.

³⁹ L. Duch (2010) *op. cit.*, p. 184.

⁴⁰ Cf. L. Duch (2002b) *op. cit.*, p. 307.

Llegados así al fin de nuestra breve aproximación conceptual sobre el símbolo, nos gustaría remarcar, tal y como propone Lluís Duch, que el símbolo puede ser un factor estructurador y reconciliador de la humanidad del hombre ya que permite trasladar y asir realidades inabarcables:

“Pero también con una relativa frecuencia –tal y como pone de relleno la trágica historia del siglo XX–, puede convertirse en un elemento muy peligroso, que puede desencadenar amenazas, angustia y frustraciones con una gigantesca fuerza destructora y pervertidora de las profundidades más íntimas del individuo y de las colectividades humanas”.⁴¹

El autor entiende el símbolo en sus dos facetas: en positivo, como un artefacto que guarece la condición humana; y en negativo, ya que puede convertirse en un ‘envenenador’ de la vida privada y pública de los individuos y los grupos. En definitiva, el hombre como animal simbólico y ser de mediaciones nunca termina o llega a establecer relaciones inmediatas o directas con la realidad, sino que, como dice Duch, “siempre y alrededor se ve contreñido a relacionarse con su entorno de manera indirecta, oblicua, con unos rasgos fundamentalmente *metafóricos*”.⁴² En el siguiente apartado, expondremos los sentidos de la metáfora y su rol fundamental en las mediaciones.

1.2.2. Actos metafóricos

Si preguntásemos a cualquier persona común qué es la metáfora, probablemente nos respondería que se trata de un recurso estilístico propio del lenguaje poético, o quizás, de un uso especial de las palabras con fines decorativos o figurados. Sin embargo, la metáfora, relacional y liminal⁴³, es mucho más que eso, ya que forma parte de la vida diaria de los sujetos y los grupos envolviendo no sólo sus actos lingüísticos o estéticos, sino también

⁴¹ L. Duch (2010) *op. cit.*, p. 167. (T. d. A.).

⁴² L. Duch (2010) *op. cit.*, p. 272. (T. d. A.).

⁴³ L. Duch (2010) *op. cit.*, p. 273.

sus formas de pensar, sentir y actuar o, lo que es lo mismo, su manera de acceder y construir la realidad.

Cualquier acercamiento al universo de la metáfora ha de realizar necesariamente una retrospectiva, siquiera sea breve, sobre las importantes contribuciones de la retórica y la poética aristotélicas. Para ello, observaremos los orígenes de este término y sus usos, claves indispensables para entenderlo hoy y relacionarlo con la comunicación mediática. Como bien es sabido, desde la perspectiva clásica, la metáfora fue definida como un tropo; o comparación abreviada (*in praesentia*) o elíptica (*in absentia*)⁴⁴, cuya función principal era proporcionar placer estético al entendimiento, transformando el lenguaje ordinario y elevándolo a condición artística. Las primeras taxonomías del lenguaje figurado se centraron principalmente en su denominación (también llamada nominalización), es decir, entendían que la alegoría, entendida como conjunto de metáforas, era equivalente a las unidades de significación nominales. Así Aristóteles enumeró las metáforas según su denominación: "Todo nombre es o bien un nombre usual, o un nombre insigne, o una metáfora, o un nombre de ornato, o un nombre ideado por el autor, o un nombre alargado, o acortado o modificado".⁴⁵ Dentro de esta tradición de pensamiento, también Cicerón consideró que las metáforas transferían significado a los nombres y tenían un efecto estético esencial.⁴⁶ Sin embargo, no podemos olvidar que para Aristóteles la finalidad de la metáfora no era sólo adornar, sino la de conferir a la expresión una claridad que nada más puede dar, o lo que es lo mismo, y como diría el autor, la metáfora nos hace ver o 'pone ante los ojos', representa las cosas 'en situación de actividad'⁴⁷ y, como es evidente, nos enseña algo.⁴⁸ De hecho, para Aristóteles, la metáfora "consistiría en un acto de conocimiento, en una percepción por la cual se captan rasgos de afinidad pero en una relación de

⁴⁴ Para desarrollar este apartado nos ha sido muy útil la primera parte del artículo de M. Vega Rodríguez (1999) "Metáforas de interacción en Aristóteles." *Espéculo: Revista de Estudios Literarios*, 11, Madrid.

⁴⁵ Aristóteles (1974) *Poética*. Madrid: Gredos, 1457 b, 1-3.

⁴⁶ También Horacio, en su *Ars Poetica*, o Longino, en *De lo sublime*, subrayaron la capacidad armónica de la metáforas bien hechas.

⁴⁷ Aristóteles (1998) *Retórica*. Madrid: Alianza, pp. 278-279.

⁴⁸ Aristóteles (1998) *op. cit.*, p. 272.

semejanza activa”.⁴⁹ Recordemos que hasta Quintiliano, la metáfora fue entendida como un tropo por semejanza, tal y como propuso Aristóteles. Así, para la retórica de la argumentación, la metáfora se identifica con un objeto mediante otro con el que se compara o, lo que es lo mismo, es una figura de sustitución.⁵⁰ Por el contrario, a partir de la Edad Media, con la decadencia que sufrió el lenguaje, la metáfora comenzó a asociarse con la alegoría, y su capacidad embellecedora o decorativa se convirtió en su función principal.⁵¹ Es así como surge una retórica de ornamento centrada en el carácter creativo de las figuras, perspectiva dominante que se mantuvo durante siglos.⁵² De hecho, a lo largo de los siglos XVII y XVIII, las corrientes de corte racionalista y empirista redujeron la metáfora a su sentido más simple y externo, y se limitaron a definirla únicamente como un recurso estilístico. Con el apogeo del racionalismo cartesiano, tal y como ha sugerido Margarita Vega Rodríguez, incluso se llegó a pensar que la metáfora podía oscurecer y obnubilar el pensamiento y el discurso racional de manera que podría –o debería– ser sustituida ya que no aportaba nada que fuese crucial para el buen entendimiento. Esta idea de la metáfora como ‘sustitución’ de otra palabra hizo pensar que éstas podían ser reemplazadas por paráfrasis literales sin perder su significado.⁵³

1.2.2.1. De la sustitución a la interacción

Sin embargo, frente a estas corrientes surgieron otros modos de pensamiento –influidos por las corrientes románticas–⁵⁴ que primaron el alcance creativo e imaginario de la metáfora. Ahora bien, la vertiente historicista del lenguaje en el siglo XVIII subraya que su origen se encuentra en la metáfora, “que es el instrumento primigenio mediante el cual el hombre asimila la experiencia de

⁴⁹ M. Vega Rodríguez (1999) “art. cit.”, p. 14.

⁵⁰ Giambattista Vico, por ejemplo, la describe como una forma original del lenguaje. Cf. B. Mortara Garavelli (1991) *Manual de Retórica*. Madrid: Cátedra, p. 181.

⁵¹ B. Mortara Garavelli (1991) *op. cit.*, p. 185.

⁵² *Ibidem*.

⁵³ M. Vega Rodríguez (1999) “art. cit.”, p. 3.

⁵⁴ Recordemos que para la teoría romántica el signo es claro y unívoco mientras que el símbolo es de carácter inagotable.

la realidad”.⁵⁵ Aquí podemos hallar los primeros pasos hacia su rehabilitación. Precisamente a partir de los años 50 comienzan a surgir otro tipo de enfoques novedosos como las retóricas de la ficción literaria o las de lo cotidiano, como veremos. Merecería la pena dedicar alguna atención a los avances de los enfoques interactivos que se contraponen a las visiones nominalistas, que reducen a la metáfora a un mero recurso ornamental. A la luz de los planteamientos interactivos, la metáfora es entendida como la unión de elementos diferentes y su significación es el resultado de una interacción (entre una cosa y otra).⁵⁶ Así podríamos hablar de una forma de fusión o copresencia entre las diferentes imágenes coimplicadas.⁵⁷ Desde esta perspectiva, la idea de sustitución carece de fundamento, ya que la metáfora es el resultado de la suma o unión de dos elementos ($A+B=M$), y no la equivalencia idéntica entre ellos ($A=M$). De hecho, en palabras de Carmen Bobes:

“El enfoque interactivo explica la metáfora como un proceso semántico que pone en relación dos términos a fin de expresar un sentido que no es el de ninguno de los dos, sino uno nuevo que tiene presentes rasgos semánticos de ambos y que sugiere a los lectores una nueva realidad, un nuevo concepto, o una nueva visión de la realidad”.⁵⁸

No obstante, el aporte más significativo de este enfoque es, a nuestro juicio, que comienza a pensarse que la metáfora más que expresar semejanzas las crea. Precisamente aquí es donde estos aportes se vinculan concretamente con nuestro objeto. De esta manera, podríamos definir la metáfora como un proceso semántico interrelacionado que da lugar a la creación de sentidos nuevos. Es así como se puede entender que la metáfora opere en el lenguaje cotidiano y forme parte de los intercambios comunicativos habituales y de la comunicación mediática.

⁵⁵ M. Vega Rodríguez (1999) “art. cit.”, p. 4.

⁵⁶ I. A. Richards (1936) *The Philosophy of Rethoric*. Nueva York, NY: Oxford University Press, p. 119.

⁵⁷ K. Bühler (1972) *Teoría del lenguaje*. Buenos Aires: Paidós. También hablan de fusión C. Perelman y L. Olbrechts-Tyteca (1989) *Tratado de la argumentación*. Madrid: Gredos.

⁵⁸ C. Bobes (2004) *La metáfora*. Madrid: Gredos, p. 99.

1.2.2.2. Metáforas de la vida cotidiana

A la luz de estos planteamientos la metáfora ya no será únicamente un recurso para la creación o transformación del léxico, sino para la creación y transformación de la realidad. De hecho, es utilizada en la vida diaria para trascender los límites ordinarios del lenguaje y abrir el pensamiento a nuevos modos de ver o comprender el entorno.⁵⁹ No cabe duda de que George Lakoff y Mark Johnson fueron los primeros en manifestar el carácter pragmático de las metáforas. En *Metáforas de la vida cotidiana*, título en español de *Metaphors we live by*, los investigadores entendieron estas figuras como formas de acción y pensamiento que van más allá del lenguaje propiamente, y llegaron a la conclusión de que estas figuras impregnan la vida cotidiana y forma parte del existir propiamente. A saber que nuestro sistema conceptual ordinario es fundamentalmente de naturaleza metafórica.⁶⁰ De hecho, las metáforas, en opinión de Lakoff y Johnson, estructuran la percepción del mundo circundante y nuestras relaciones con los demás. Así argumentado, es innegable afirmar que la manera en que pensamos, experimentamos y llevamos a cabo nuestros actos es metafórica.⁶¹ De la misma manera los procesos de identificación tienen mucho que ver con esta propuesta.

La investigadora Carmen Bobes también ha prestado atención a la metáfora del habla cotidiana y, según ella, es posible expresarla de tres maneras. La primera de ellas sería mediante términos de *referencia real*, es decir, de manera ostensiva o verificable. Aquí la metáfora serviría como referencia objetiva acorde a su contexto histórico-cultural. La segunda forma de expresión sería mediante términos *que sitúan en el espacio* del mundo real las vivencias humanas no empíricas. De algún modo esta forma de expresión evidenciaría las relaciones existentes entre espacios relativos, en forma de relaciones entre ideas o sentimientos, por ejemplo. La tercera utilizaría *términos que proyectan en el tiempo* las secuencias relativas del ocurrir de la

⁵⁹ C. Bobes (2004) *op. cit.*, p. 25.

⁶⁰ G. Lakoff y M. Johnson (1995) *Metáforas de la vida cotidiana*. Madrid: Cátedra, p. 39.

⁶¹ *Ibidem*.

mente o del sentimiento.⁶² Ahora bien, las tres vías tienen como finalidad última el acercamiento verbal al centro empírico del ser humano y a sus coordenadas cronotópicas, es decir, a todos los campos en los que puede desenvolverse con los sentidos, con el pensamiento, con la imaginación y con las facultades oníricas⁶³, del mismo modo que lo hacen las piezas o narrativas mediáticas.

A pesar de que la metáfora facilite el conocimiento de aquello que es análogo o entendido como tal, no podemos olvidar que más que una herramienta, forma parte del proceso de comunicación propiamente dicho, ya que conduce o permite alcanzar los sentidos de la realidad circundante. Así, podríamos matizar que aquello que diferencia a las teorías interactivas de las clásicas es su carácter procesual y constructivo. Desde nuestra perspectiva, la metáfora no es un elemento decorativo nominal que pueda ser sustituido fácilmente, sino un proceso de acción y pensamiento crucial en la comprensión de las representaciones mediáticas y de las identificaciones o figuraciones subjetivas. En así como debemos entender que el proceso metafórico es de carácter semiótico y pragmático. Puesto que permite hacer presentes dos o más significados y crea un sentido nuevo y a la vez abierto para su interpretación.⁶⁴

1.2.2.3. Metáforas vivas

Desde el ámbito filosófico numerosos autores como Hannah Arendt⁶⁵, Jacques Derrida⁶⁶ o Paul de Man⁶⁷ han revalorizado las funciones y el alcance de la metáfora. No obstante, el investigador que ha mayor hincapié ha hecho en su importante carácter interpretativo y en su capacidad de redescubrir la realidad es Paul Ricoeur. Para él, estas figuras son consideradas estrategias

⁶² C. Bobes (2004) *op. cit.*, p. 15.

⁶³ *Ibidem*.

⁶⁴ C. Bobes (2004) *op. cit.*, p. 105.

⁶⁵ H. Arendt (2002) "Las actividades mentales en un mundo de apariencias" en *La vida del espíritu*. Barcelona: Paidós, pp. 102-133.

⁶⁶ J. Derrida (1989) "La mitología blanca. La metáfora en el texto filosófico" en *Márgenes de la filosofía*. Madrid: Cátedra, pp. 247-311.

⁶⁷ P. de Man (1978) "The Epistemology of Metaphor." *Critical Inquiry*, 5(1), 12-30.

de discurso que preservan y desarrollan el poder creativo del lenguaje y despliegan el poder heurístico de la ficción.⁶⁸ El filósofo y antropólogo francés está en lo cierto cuando advierte de las limitaciones del enfoque retórico clásico, que privilegia de manera abusiva la palabra o el nombre; y del semántico, que considera a la frase como unidad de significación.⁶⁹ En efecto, el enfoque hermenéutico, que se centra en la búsqueda de la producción del sentido metafórico de la obra,⁷⁰ es el que nos parece más adecuado. De hecho, el trabajo del sentido es esencial, ya que es el lector –o el receptor– “quien en realidad *elabora* (*work out*) las connotaciones del modificador susceptibles de crear sentido”.⁷¹ Por ello, la metáfora es aquí planteada como un deslizamiento (*shift*) entre un sentido literal y uno figurativo⁷², creado en un contexto determinado. Esto viene a significar que el sentido creado sólo adquiere entidad en el intercambio comunicativo y en un espacio-tiempo dados. Después de lo que tan sumariamente hemos expresado acerca de la metáfora, resulta harto evidente que el sentido de ésta es creado por su contexto o, lo que es lo mismo, que la estructura de la obra, como diría Paul Ricoeur, viene dada por su sentido; el mundo de la obra por su denotación.⁷³

A continuación, expondremos la importancia de dos enfoques, el retórico y hermenéutico, que en parte han sido relegados de los estudios de comunicación, y que para nosotros son clave para aproximarnos a los universos simbólicos propios de la comunicación mediática.

1.2.3. La retórica y la hermenéutica en el análisis de las mediaciones

La retórica, en palabras de Roland Barthes, es una teórica o arte de la persuasión cuya aplicación permite convencer al oyente del discurso y más tarde al lector de la obra, incluso si aquello expresado en él es falso; una práctica social o técnica privilegiada que permite a las clases dirigentes

⁶⁸ P. Ricoeur (1980) *La metáfora viva*. Madrid: Trotta, p. 12.

⁶⁹ P. Ricoeur (1980) *op. cit.*, p. 67.

⁷⁰ P. Ricoeur (1980) *op. cit.*, p. 93.

⁷¹ P. Ricoeur (1980) *op. cit.*, p. 130.

⁷² P. Ricoeur (1980) *op. cit.*, p. 252.

⁷³ P. Ricoeur (1980) *op. cit.*, p. 292.

asegurarse la propiedad de la palabra; un arte igual a la máquina sutilmente armada o un 'programa' destinado a producir el discurso; una práctica lúdica y una moral.⁷⁴ ¿Acaso no recuerdan algunas de estas afirmaciones a la comunicación mediática? Posiblemente no iríamos muy desencaminados si afirmásemos que la comunicación mediática es o funciona como una máquina o industria de producción de discursos. Tampoco si apuntásemos que ésta es una práctica social que permite a los poderosos dominar la palabra, construir la opinión pública de forma persuasiva, dar voz o silenciar o, lo que es lo mismo, representar y crear imaginarios sobre los sujetos y los grupos, cuestión que desarrollaremos en detalle en el capítulo V. Para nosotros, los artefactos culturales en general y los mediáticos en particular utilizan modos retóricos de expresión, ya que son ideados, ordenados y expresados en base a los conocidos mecanismos clásicos de la retórica: *inventio*, *dispositio*, *elocutio*, *actio* y *memoria*.⁷⁵

En su libro tercero de la *Retórica*, Aristóteles refiere tres cuestiones que pueden estudiarse en relación a la ideación del discurso, en general, y del discurso mediático, en particular. Estas serían las bases sobre las que se asentarán los argumentos (*inventio*); los elementos encargados de la expresión (*elocutio*) y los de la disposición de las partes del discurso (*dispositio*).⁷⁶ Estos tres aspectos se centran no sólo en el 'qué' sino en el 'cómo', ya que como menciona el autor: "No es suficiente que sepamos qué debemos decir, sino que es forzoso también saber cómo debemos decirlo, pues eso tiene una gran importancia para que el discurso parezca poseer una determinada calidad".⁷⁷ Para nosotros, los mecanismos de la *inventio* (la primera fase retórica) son esenciales para comprender el cómo, es decir, el modo en el que las historias son concebidas y la manera en que éstas funcionan como fuentes de inspiración de las figuraciones identitarias individuales y colectivas. Recordemos que la *inventio* es la encargada de proporcionar contenidos al razonamiento y, como apunta Barthes, es más

⁷⁴ Cf. R. Barthes (1982a) *Investigaciones retóricas I*. Barcelona: Editorial Buenos Aires, pp. 9-10.

⁷⁵ Cf. Aristóteles (1998) *op. cit.*, o R. Barthes (1982a) *op. cit.*

⁷⁶ Cf. B. Mortara Garavelli (1991) *op. cit.*

⁷⁷ Aristóteles (1998) *op. cit.*, pp. 237-238.

‘extractiva’ que ‘creativa’, o lo que es lo mismo, podría asemejarse mejor a un descubrimiento o a un hallazgo que a una invención.⁷⁸ Desde la perspectiva aristotélica todo existe y sólo hace falta encontrarlo, así que la pregunta que habría que plantearse no será solamente ‘cuál’ es el contenido expresado, sino también ‘dónde’ y ‘cómo’ encontramos los recursos que fundan el decir. Mas ¿cómo inventar los contenidos o figuraciones? La *inventio* tiene dos vertientes o grandes líneas: una lógica, que convence mediante argumentos que parezcan verosímiles; y otra psicológica, que recurre a la emoción⁷⁹ y apela a los sentimientos. Recordemos que en la retórica aristotélica se habla de un amplio repertorio de esquemas y hábitos determinantes del discurso humano llamados *tópicos* o lugares comunes, que están en la base de cualquier discurso mediático, como veremos. Es más, a lo largo de los próximos capítulos trataremos de analizar específicamente cómo estos tópicos mediáticos influyen en la configuración de las identificaciones individuales y colectivas. Así, la tópica sería el punto de partida del razonamiento, que nos permite elegir un tipo u otro de argumentos, y su lema podría ser “dime cómo razones y te diré que valoraciones y hábitos de pensar y actuar te mueven”.⁸⁰ Tampoco podemos olvidar que la tópica no se encuentra en el individuo, sino que es el fruto de los intercambios comunicativos de una cultura y una comunidad y en cierta medida, por ello es estructural. No cabe duda de que en un sentido meramente retórico, el lenguaje tiene sentido gracias a la tópica. Ahora bien, la retórica clásica fue relegada⁸¹ al ámbito de la estilística, en parte por la influencia del racionalismo y el empirismo. De hecho, tal y como señalan Chaïm Perelman y L. Olbrechts-Tyteca, en su *Tratado de la argumentación*: “Fue Descartes quien, haciendo de la evidencia el signo de la razón, sólo quiso considerar racionales las demostraciones que, partiendo de ideas claras y distintas,

⁷⁸ R. Barthes (1982a) *op. cit.*, p 44.

⁷⁹ *Ibidem*.

⁸⁰ J. L. Ramírez (2003) “Tópica de la responsabilidad.” *Utopía y praxis latinoamericana*, 8(21), Maracaibo, 101-115.

⁸¹ Como apunta Durand, su estudio comenzó a ser descuidado en provecho de otras epistemologías que utilizaban procedimientos lógico-matemáticos. De hecho, “en el momento mismo en que la imaginación caía en descrédito en el pensamiento occidental, el término de rétor se hacía también peyorativo.” G. Durand (1981) *Las estructuras antropológicas del imaginario*. Madrid: Taurus, p. 402.

propagaban, con ayuda de pruebas apodícticas, la evidencia de los axiomas a todos los teoremas”.⁸²

Sin embargo, algunos siglos más tarde, a principios de los años 50, su descrédito comenzó a cuestionarse y comenzó la rehabilitación de ésta.⁸³ Muy influida por el pragmatismo, el historicismo, el vitalismo o el existencialismo, la retórica comenzó a ser entendida como un arte capaz de crear ideologías o imaginarios de diverso cariz. Aquí merecería la pena mencionar brevemente la propuesta de Kenneth Burke. El investigador propone una nueva retórica basada en el encuentro simbólico o identificación entre interlocutores.⁸⁴ Esta identificación no implica igualdad o identidad entre dos o más individuos, sino una cierta simpatía o similitud entre intereses o deseos comunes.⁸⁵ Así planteada, la persuasión no es un objetivo en sí, sino el medio a través del cual creamos una experiencia común al compartir con otros sensaciones, conceptos, imágenes o motivos, por ejemplo o, lo que es lo mismo, identificarse. De este modo, persuadir a alguien implica hablar su idioma, mediante un discurso, una serie de gestos, un tono, un orden, una serie de imágenes, actitudes e ideas en relación a las suyas,⁸⁶ por ejemplo. Desde una perspectiva diferente, Chaïm Perelman también ha contribuido notablemente a rehabilitar el arte de la persuasión. A su juicio, el discurso siempre está orientado, es decir, determinado por una audiencia particular que lo escucha o hacia quien va destinado. En este sentido el primer tópico o ‘lugar’ –también llamado por el autor el *Imperio retórico*–⁸⁷ es aquél en el que uno se sitúa, o lo que es lo mismo, el lugar donde uno se coloca, desde donde habla y con quienes habla. Para el semiólogo francés Roland Barthes, esta nueva retórica se halla muy vinculada a las creencias o clichés compartidos, es decir, a la *doxa* u opinión, cuestión que reviste especial interés para el estudio de los imaginarios mediáticos y la construcción de la realidad mediática, como veremos en los capítulos V y VI

⁸² C. Perelman y L. Olbrechts-Tyteca (1989) *op. cit.*, p. 31.

⁸³ No olvidemos que la retórica clásica fue un metalenguaje que reinó en Occidente desde el siglo V a. C. hasta el siglo XIX. Cf. R. Barthes (1982a) *op. cit.*, pp. 8-9.

⁸⁴ K. Burke (1951) “Rhetoric –Old and New.” *Journal of General Education*, 5, p. 203

⁸⁵ K. Burke (1969) *A Rhetoric of Motives*. Berkeley, CA: University of California Press, p. 21.

⁸⁶ K. Burke (1969) *op. cit.*, p. 55.

⁸⁷ Cf. C. Perelman (1997) *El imperio retórico*. Bogotá: Norma.

de la presente. El autor toma dicho concepto de la teoría aristotélica y lo reconstruye a su manera. A sus ojos, la *doxa* es la mediación cultural a través de la cual habla el poder.⁸⁸ Las clases dominantes o dirigentes se encargan, por lo tanto, de construir el discurso hegemónico⁸⁹ o los sentidos oficiales: tan naturalizados y obvios que se encuentran fuera de toda discusión y crítica. ¿Y cómo los vehiculan hoy en día? La respuesta es clara: gracias a los medios de comunicación. No olvidemos, sin embargo, que la retórica no es sólo un arte persuasivo, sino también un puente entre la razón y la imaginación, como diría el antropólogo francés Gilbert Durand. La retórica, desde su perspectiva, reviste un cariz simbólico y desborda la estrechez lógica con una multitud de procedimientos propios de la fantasía.⁹⁰ De hecho, su papel intermediario manifiesta su riqueza, su carácter ambiguo y su cualidad principal que es la de expresar un significado por medio de un proceso significante. En sus palabras: “Esta transcripción no es sino el deterioro del semantismo de los símbolos. Así pues, toda la retórica se apoya en este poder metafórico⁹¹ de transposición (*translatio*) del sentido”.⁹²

La búsqueda del sentido sienta las bases de una retórica interpretativa o hermenéutica. De hecho, Paul Ricoeur inscribe la retórica, junto con la poética y la hermenéutica, entre las disciplinas que versan sobre discursos en los que el sentido se articula en unidades más amplias que el enunciado (y, obviamente, más que la palabra).⁹³ Ricoeur sigue los postulados propuestos por Chaïm Perelman, según los cuales el discurso retórico es eminentemente un discurso situado en relación a unos destinatarios, con los que el emisor ha

⁸⁸ R. Barthes (1987) *El susurro del lenguaje*. Barcelona: Paidós, p. 128.

⁸⁹ Este tema ha sido tratado por A. Gramsci (1971) *La política y el Estado moderno*. Barcelona: Península. Para el autor, el poder de las clases dominantes sobre el proletariado y todas las clases sometidas en el modo de producción capitalista, no está dado simplemente por el control de los aparatos represivos del Estado, pues si así lo fuera dicho poder sería relativamente fácil de derrocar. Dicho poder está dado fundamentalmente por la “hegemonía” cultural que las clases dominantes logra ejercer sobre las clases sometidas, a través del control del sistema educativo, de las instituciones religiosas y de los medios de comunicación.

⁹⁰ G. Durand (1981) *op. cit.*, p. 396.

⁹¹ Para el autor “la metáfora es el proceso de expresión, ese poder que tiene el espíritu, cada vez que piensa, de renovar la terminología, de arrancarla a su destino etimológico”. G. Durand (1981) *op. cit.*, p. 397.

⁹² G. Durand (1981) *op. cit.*, p. 396.

⁹³ M. Beuchot (1998) *La retórica como pragmática y hermenéutica*. Barcelona: Anthropos, p. 125.

de ponerse en sintonía; y que ha de ser interpretado y comprendido, no sólo entendido. Esta distinción, como veremos, se halla en la base del pensamiento hermenéutico y puede hallar sus orígenes en la distinción que realiza Blaise Pascal entre el 'espíritu geométrico' y el 'espíritu de fineza'. Mientras que el primero parte de axiomas ciertos y saca de ellos deducciones demostrables a través de leyes generales; el segundo, desafía cualquier intento de análisis lógico, y debido su riqueza debe ser comprendido e interpretado y no, meramente, entendido.⁹⁴

Ahora bien, para Ricoeur, la retórica y la hermenéutica son similares en cuanto al manejo de la metáfora, ya que ésta constituye un modelo o paradigma del trabajo interpretativo. La primera, desde el punto de vista del autor, tiene un alto componente de significación hermenéutico y pragmático precisamente por su necesidad de desvelar los sentidos latentes que se esconden detrás de cualquier acto comunicativo. Como dice Mauricio Beuchot, "la interpretación, con vistas a recoger el sentido del hablante o escritor (pragmática), así como a adecuarlo al significado del oyente o lector (hermenéutica), es necesaria a la comunicación retórica".⁹⁵ Pero ¿por qué es importante la interpretación en un estudio como el nuestro? En parte porque el hombre necesita dar sentido al mundo circundante y a sus propias vivencias, deseos y sentimientos para poder orientarse, situar a los demás y configurar sus identificaciones.⁹⁶ Tampoco podemos olvidar que los seres humanos son relacionales y toda relación o encuentro está mediado y es susceptible de ser interpretado. Además, no podemos olvidar que el discurso –tanto el diálogo cotidiano como las diversas manifestaciones de la comunicación mediática– halla su fundamento en el acervo de valoraciones que la vida, los quehaceres y la experiencia de una comunidad humana han ido acumulando. Ese material significativo –llamado cultura– vehiculado por las diferentes estructuras de acogida o instituciones socializadoras, como veremos más adelante, es asimilado o reinterpretado por cada miembro de

⁹⁴ Cf. B. Pascal (1985) *De l'esprit géométrique*. París: Flammarion. Hemos desarrollado la diferencia entre explicación y comprensión en la nota 62 del capítulo IV.

⁹⁵ M. Beuchot (1998) *op. cit.*, p. 132.

⁹⁶ En el apartado 4.2.6. hemos descrito la concepción que de la interpretación tienen Wilhelm Dilthey, Hans Georg Gadamer y Paul Ricoeur.

dicha comunidad; para finalmente convertirse en lo que conforma la imagen del mundo y los hábitos mentales y prácticos que orientan y condicionan los discursos cotidianos y la conducta de los individuos. Precisamente, a partir de los contenidos heredados y aprendidos, de las múltiples sedimentaciones de la tradición y las costumbres y de las propias constituciones previas de sentidos se construye el llamado por Alfred Schütz *acervo de experiencia* o el *universo simbólico*, en palabras de Berger y Luckmann, conceptos a los que dedicaremos especial atención en los próximos capítulos y que serán fundamentales para la elucidación de nuestro objeto de estudio.

1.3. MITO Y CREACIÓN DE SENTIDO EN LA CULTURA MEDIÁTICA

Si de algo estamos convencidos es de que el mito no es una realidad simple ya que, como dice Mircea Elíade, acostumbra a “presentarse en unos contextos culturales muy complejos que nunca permiten lecturas unívocas y lineales”.⁹⁷ Esto significa que el mito puede ser interpretado desde múltiples perspectivas complementarias. Precisamente, desde un enfoque psicológico los mitos son considerados ‘ideas elementales’ (*elementargedanken*);⁹⁸ mientras que desde una perspectiva histórico-etnográfica son llamados ‘ideas étnicas’ o ‘ideas populares’ (*volkgedanken*).⁹⁹ En esta exposición no nos proponemos examinar el mito y sus interpretaciones posibles en profundidad. No obstante, expondremos aquellas concepciones teóricas que aportan luz a nuestro objeto de estudio y que son claves para la comprensión de la cultura mediática.

Para comenzar nos referiremos a las particularidades del mito, tal y como las ha propuesto Lluís Duch, acaso el antropólogo que, en el ámbito hispano, mejor ha indagado en las estructuras míticas para comprender al ser humano. En una de sus obras mayores, *Mito, interpretación y cultura* (1998),

⁹⁷ M. Elíade (1973) *Mito y realidad*. Madrid: Guadarrama, p. 18.

⁹⁸ De hecho, como diría Carl Gustav Jung los mitos son formas e imágenes de naturaleza colectiva que toman lugar en toda la tierra y al mismo son productos autóctonos e individuales de origen inconsciente. Véase el concepto ‘imágenes arquetípicas’ en C. G. Jung (2011) *Arquetipos e inconsciente colectivo*. Barcelona: Paidós. En el capítulo V hemos profundizado en esta cuestión.

⁹⁹ Término acuñado por Joseph Campbell.

el autor afirma que el mito “llega a hacerse actual en todas las épocas y en todos los espacios, porque ha de ser incesantemente reinterpretado en función de las nuevas variables que surgen en los trayectos vitales de los individuos y de las colectividades”.¹⁰⁰ La existencia de una serie de constantes, que prevalecen y trascienden cualquier veleidad, es el hecho que nos permite afirmar que el mito es una condición estructural de la vida humana. Ya que está fuera de nuestro alcance proponer una definición del término, nos limitaremos a una tarea mucho más concreta: trataremos de describir las funciones más importantes del mito que aportan luz a nuestro objeto de estudio. Quizás sea preciso matizar que partimos de la base de que los mitos son teóricamente ‘multifuncionales’, ya que en ellos coexisten motivaciones diversas.¹⁰¹ De manera que ninguna de sus particularidades prevalece y, observadas en su conjunto, nos permitirán comprender la gramática y el alcance de los mitos en la cultura mediática.

Una de las funciones primeras del concepto que nos ocupa es, la llamada por Duch, la función *comunicativa* del mismo. Este rasgo es fundamental para nosotros, ya que entendemos el mito como una búsqueda de sentido o una actitud que evidencia la capacidad imaginativa y polifónica del ser humano. Precisamente, los sujetos y los grupos necesitan formas diversas de expresión que les permitan comunicar su humanidad que es, a juicio de Duch, una *complexio oppositorum*.¹⁰² En este sentido, el mito, como diría Manfred Frank, tiende al entendimiento mutuo de los miembros de la sociedad y a la armonía de sus convicciones morales.¹⁰³

La función *teodiceica* es otra de las claves para comprender esta estructura fundamental. De hecho, “los mitos, mediante formas y fórmulas muy diversas, tienen relación con los aspectos más importantes de la vida del ser humano, pero muy especialmente están relacionados con su *praxis de*

¹⁰⁰ L. Duch (2002a) *op. cit.*, p. 27.

¹⁰¹ L. Duch (2002a) *op. cit.*, p. 86-87.

¹⁰² L. Duch (2002a) *op. cit.*, p. 78. La noción de *complexio oppositorum*, también llamada *coincidencia oppositorum* o concordancia de contrarios fue introducida por Nicolás de Cusa en el siglo XV y hace alusión al paradójico estado en el cual los contrarios coexisten y donde la multiplicidad compone los aspectos de una misteriosa unidad.

¹⁰³ M. Franz, citado en L. Duch (2002a) *op. cit.*, p. 57.

dominación de la contingencia".¹⁰⁴ Es decir, permiten a los seres humanos encarar los problemas que se les presentan y adaptarse a las situaciones cambiantes siempre marcadas por la temporalidad y la fragilidad humana. Dicho de otro modo, estas prácticas ayudan a superar la contingencia en la medida en que hacen posible que el ser humano, individualmente, y los grupos, de forma colectiva, *pasen del caos al cosmos*.¹⁰⁵ En cierto sentido, de aquí también se podría desprender una función terapéutica, ya que el mito, como la religión, permite a los sujetos –individuales y colectivos– situarse en el mundo, función que, como veremos, también realizan los medios de comunicación. Un pensador que ha recalcado esta función última es Hans Blumenberg, quien considera que las narraciones míticas son los mecanismos que posibilitan al hombre superar la angustia y las distintas trampas de su destino.¹⁰⁶ Ahora bien, resulta obvio que el mito cumple un conjunto de funciones de tipo cultural y religioso,¹⁰⁷ ya que ofrece criterios comprensivos a los miembros de una cultura, establece jerarquías entre los sujetos y los grupos y dibuja y desdibuja los límites entre lo presente y lo ausente, como diría Duch.¹⁰⁸ No obstante, también desempeña funciones de tipo histórico-social: narra los orígenes y la evolución de todos los tipos de sociedades y funciones políticas y "sirven para la auto-presentación de la conciencia de la identidad de las comunidades humanas".¹⁰⁹ Este aspecto es esencial para entender la configuración y puesta en circulación de imaginarios colectivos mediáticos, procesos a los que consagraremos el capítulo V de esta tesis.

A la hora de interpretar el mito, existen diversos enfoques que permiten comprenderlo mejor. Merecería la pena dedicar alguna atención a dos temas que están relacionados: la narración y el culto.¹¹⁰ A la luz de la perspectiva narrativa, el mito es una forma comunicativa y experiencial que se halla sumergida en el ámbito de la narración y no en el de la mera

¹⁰⁴ Esta función es deudora de Hermann Lübbe en sus estudios sobre religión. Cf. L. Duch (2002a) *op. cit.*, p. 27.

¹⁰⁵ L. Duch (2002a) *op. cit.*, p. 37.

¹⁰⁶ L. Duch (2002a) *op. cit.*, p. 433.

¹⁰⁷ L. Duch (2002a) *op. cit.*, pp. 87-88.

¹⁰⁸ L. Duch (2002a) *op. cit.*, p. 84.

¹⁰⁹ L. Duch (2002a) *op. cit.*, p. 88.

¹¹⁰ Ambos temas: mito y narración, y mito y culto se encuentran expresados por L. Duch (2002a) "Los grandes temas en torno al mito" en *op. cit.*, pp. 165-192.

*descripción*¹¹¹. Uno de los autores que ha adoptado este enfoque es el filósofo Hans Blumenberg. En su obra *Trabajo sobre el mito*, él ha planteado que “los mitos son historias que presentan un alto grado de constancia en su núcleo narrativo y, asimismo, unos acusados márgenes de capacidad de variación”.¹¹² Además, estos expresan la complejidad inherente a la realidad del mundo y del hombre. De hecho, tal y como subraya el autor alemán, “lo que se ha hecho identificable mediante nombres es liberado de su carácter inhóspito y extraño a través de la metáfora, revelándose, mediante la narración de historias, el significado que encierra”.¹¹³ Al mismo tiempo, la narración mítica manifiesta la cristalización más primitiva de las experiencias de las comunidades. Es decir, siempre y en todo lugar, dota de sentido no sólo a las acciones de los individuos, sino también y principalmente a las de los grupos. De hecho, los relatos míticos, de la misma manera que los relatos mediáticos, proporcionan a los miembros de una comunidad ‘orientación’ e información que les permite situarse por medio de un proceso de identificación (en el sentido psicológico del término).¹¹⁴

Desde la perspectiva cultural, mito y rito son entendidos como procesos que operan de manera sincrónica. De hecho, tal y como observa Lluís Duch, hay numerosos antropólogos –entre los que cabría destacar a James Frazer– que impusieron la visión de que mito y rito eran como las dos caras de la misma moneda: “El primero vendría a concretar el aspecto narrativo (argumental) y el segundo el aspecto representativo y espectacular (teatral).¹¹⁵ En la misma línea, Joseph Campbell equipara el vínculo entre ambos a la clásica dicotomía mente-cuerpo y afirma: “Los mitos son los soportes mentales de los ritos; los ritos, las representaciones físicas de los mitos”.¹¹⁶ A pesar de que esta concepción ha ido evolucionando, y mito y rito se consideran hoy entidades o procesos independientes (aunque

¹¹¹ Aquí el autor se inspira en las aportaciones de Fritz Stolz. Cf. L. Duch (2002a) *op. cit.*, p. 168.

¹¹² H. Blumenberg (2003) *Trabajo sobre el mito*. Barcelona: Paidós, p. 41.

¹¹³ H. Blumenberg (2003) *op. cit.*, p. 14.

¹¹⁴ A lo largo de la presente iremos explorando en profundidad el alcance de los procesos de identificación, cruciales en nuestro estudio.

¹¹⁵ L. Duch (2002a) *op. cit.*, p. 183.

¹¹⁶ J. Campbell (1993) *Los mitos*. Barcelona: Paidós, p. 59.

complementarios), no podemos olvidar que ambos tienen una naturaleza bastante similar. Así pues, además de poseer una base común de tipo simbólico, el mito y el ritual tienen también una condición psicológica y afectiva esencial¹¹⁷, que encuentra su razón de ser en los límites. El concepto de límite ha sido estudiado en profundidad por Victor Turner. Para el antropólogo británico, la fluidez de las narraciones míticas puede explicarse a causa de su carácter *liminal*.¹¹⁸ De hecho, para él todas las situaciones liminares, que acontecen en las fronteras simbólicas, comportan, por parte del individuo y la colectividad, unas actitudes concretas que se debe escenificar culturalmente frente a los miembros del grupo que se consideren en cada caso. A sus ojos un ritual es un comportamiento muy estereotipado y potente en términos de convenciones culturales que comunica los valores sociales más valiosos, permitiendo a los participantes ejecutar un rol.¹¹⁹

Valga anunciar que el funcionamiento del ritual recuerda, en gran medida, a los medios de comunicación. Además, “los mitos narran cómo una situación dio lugar a otra, cómo se pobló un mundo despoblado, cómo se transformó el caos en cosmos, cómo los inmortales devinieron mortales, cómo aparecieron las estaciones en un clima donde no las había (...)”.¹²⁰ Es decir, explican los procesos de transformación en el tránsito de una situación a otra, los pasos intermedios que transcurren entre lo uno y lo otro, o lo que es lo mismo, los puntos de fuga que separan lo comprensible de lo inenarrable. En “Mito y símbolo”, Turner describe lo liminal como ‘potencialidad pura’ en la cual pueden surgir ‘comportamientos extralógicos’, ya que incluso los límites pueden ser anulados o trascendidos.¹²¹ Todo esto nos induce a considerar que el mito es un proceso o fenómeno substancialmente liminar que tiene como fundamento la iniciación de los individuos; de ahí que funcione en ocasiones como rito de paso. Estos procesos tienen gran eficacia ontológica, ya que transforman a los partícipes

¹¹⁷ L. Duch (2002a) *op. cit.*, p. 189.

¹¹⁸ V. Turner (1988) *El proceso ritual*. Madrid: Taurus.

¹¹⁹ V. Turner (1980) “Social Dramas and Stories about Them” en W. J. T. Mitchell (ed.) *On narrative*. Chicago, IL: University of Chicago Press, pp. 137-164.

¹²⁰ V. Turner (1979) “Mito y símbolo” en D. L. Sills (ed.) *Enciclopedia Internacional de Ciencias Sociales 7*. Madrid: Aguilar, pp. 150-154.

¹²¹ V. Turner (1979) “art. cit.”, pp. 151-153.

haciéndoles trascender su situación o status anterior para aceptar el nuevo adquirido.¹²² Por supuesto, aunque los mitos, en opinión de Turner, no se encuentren vinculados directamente con unos ritos determinados, no obstante se hallan relacionados, de un modo u otro, con una práctica cultural, sea ésta consciente o inconsciente. Como iremos detallando estas teorías revisten un especial interés para el estudio de la cultura mediática.

Pero además de tener un vínculo directo con las prácticas culturales, desde nuestra perspectiva, los mitos también se insertan en las prácticas culturales y tienen un importante desarrollo en la vida diaria. A este respecto, Bronislaw Malinowski ha hecho especial énfasis en el alcance de los universos míticos en la praxis cotidiana. A la luz de sus planteamientos, los mitos son historias que afectan profundamente a toda la sociedad, ya que tienen la función de justificar o reforzar la codificación de las creencias y de las prácticas que articulan la vida de determinada comunidad. Pero ¿no son acaso algunos de estos procesos análogos a la moderna comunicación mediática? Codificar creencias, articular prácticas, jerarquizar ideas... como veremos más adelante, todas estas prácticas forman parte de los discursos míticos y de los discursos mediáticos. Tal y como ha sugerido el antropólogo funcionalista: “El mito no es una fantasía ociosa, ni una efusión sin sentido de sueños evanescentes, sino una fuerza cultural muy laboriosa y extraordinariamente importante”.¹²³ A esto responde que no sea empleado para divertir o entretener, sino que sea utilizado cuando un rito, ceremonia o regla social o moral necesitan una justificación, una garantía de antigüedad, de realidad o de santidad.¹²⁴ El uso del mito en estas ocasiones, como garante de sentido de los grupos, se encuentra muy relacionado con el concepto de tradición, al que hemos dedicado el apartado 5.4. De hecho, el mito fortalece la tradición y la dota de valor y prestigio.¹²⁵ De esta manera los individuos pueden volver a los orígenes o recordar tiempos pasados para resolver cuestiones de la realidad presente, recurriendo a las formas simbólico-míticas. No cabe duda pues de que los mitos poseen una naturaleza simbólica

¹²² V. Turner (1979) “art. cit.”, pp. 150-151.

¹²³ B. Malinowski (1974) *Magia, ciencia y religión*. Barcelona: Ariel, p. 124.

¹²⁴ B. Malinowski (1974) *op. cit.*, p. 131.

¹²⁵ B. Malinowski (1974) *op. cit.*, p. 181.

esencial y se sirven de los símbolos para expresar su cometido. Tampoco podemos negar que la cultura mediática es de carácter mítico-simbólico si atendemos a lo propuesto anteriormente.

Otra de las cuestiones clave a la hora de abordar el alcance del mito es su vínculo con la imaginación. En este sentido, las aportaciones de Gilbert Durand son de gran relevancia. Al contrario que Lévi-Strauss, para quien el mito es una forma particular de comunicación que puede asimilarse al lenguaje,¹²⁶ Durand considera que éste, en lugar de una notación que se traduce o se descifra, es presencia semántica y, al estar formado por símbolos, contiene comprensivamente su propio sentido.¹²⁷ De hecho, tal y como apunta: “El mito no se traduce, ni siquiera en lógica: todo intento para traducir el mito –como todo intento por pasar de lo semántico a lo semiológico–es un intento de empobrecimiento”.¹²⁸ A su juicio, lo que realmente importa del mito no es el hilo del relato, sino el sentido simbólico de los términos que aparecen en él, por lo que la traducción propiamente dicha carece de validez. Es así como debemos entender que el universo del mito más que fundarse en relaciones diacrónicas o sincrónicas, se fundamenta en significaciones comprensivas, ya que se trata de un universo cargado de un semantismo inmediato que sólo puede ser perturbado por la mediatización del discurso.¹²⁹ Por ello, Durand está en lo cierto al reivindicar una visión integradora de los modos arquetípicos, simbólicos y míticos de pensar donde imaginación y razón se complementen.¹³⁰

Ahora bien, quizás el aspecto más interesante del estudio del mito sea su alcance epistemológico y ontológico. De hecho, para nosotros, existen cuestiones que la ciencia positiva y el método hipotético-deductivo nunca

¹²⁶ Lévi-Strauss estaba convencido de que la lingüística estructural le podría proporcionar un modelo teórico favorable para analizar los mitos. Como señala en su obra: la substancia del mito no se encuentra ni en el estilo, ni en el modo de la narración, ni en la sintaxis; sino en la *historia* que está contada. El mito es lenguaje que trabaja a un nivel muy elevado, y donde el sentido *parvien*, si se puede decir, a *despegar* del fundamento lingüístico sobre el que ha comenzado a rodar. Cf. C. Lévi-Strauss (1979) *Antropología estructural*. Madrid: Siglo XXI, p. 232.

¹²⁷ G. Durand (1981) *op. cit.*, p. 340.

¹²⁸ G. Durand (1981) *op. cit.*, p. 341.

¹²⁹ G. Durand (1981) *op. cit.*, p. 339.

¹³⁰ G. Durand (1981) *op. cit.*, p. 341.

podrán llegar a resolver definitivamente.¹³¹ Precisamente, la negación de las formas imaginativas y míticas limita, en gran medida, la mera descripción ontológica del sujeto y las identificaciones que realiza en relación a los contenidos mediáticos. Valga anunciar, por tanto, que a nuestro juicio el mito puede aportar una base experiencial a los citados interrogantes y podría ser “el medio eficaz (simbólicamente eficaz) para dar el salto mortal de la *exotérico* a lo *esotérico*”.¹³² Como ha criticado con razón Hans Blumenberg, “el pensamiento, los sentimientos y la actividad de los humanos han estado completamente privados de aliento y de capacidad humanizadora por el imperante monolitismo epistemológico de la ciencia moderna”.¹³³ A causa de ello reclamamos una concepción renovadora del mito que permita superar la estructura dogmatizadora que privilegia la conceptualización como forma exclusiva y absoluta de aprehender la realidad y de configurar la vida humana.¹³⁴ Y que, al fin y al cabo, no hace más que empobrecerla. Como dice Duch acerca del pensamiento de Blumenberg: “Tanto el dogmatismo como el imperio del concepto han sido las causas más eficientes de los totalitarismos más sangrantes de la modernidad occidental, los cuales se basaban en una comprensión monolítica de la razón, que pretendía establecer ‘discursos globales’”.¹³⁵ En este sentido, tal y como veremos más adelante, es necesario revalorizar las significaciones y la comprensión imaginativo-mítica de la realidad y de los medios de comunicación. Como subraya el filósofo alemán, los mitos han favorecido la reducción de una historia única y polivalente, propiciando diversas significaciones¹³⁶ enriquecedoras y complementarias. De modo que el mito puede ser propuesto como un *modelo crítico y alternativo*, que permitiría la apertura creadora a unos horizontes nuevos, y actualizados y la continuación del insuperable *trayecto hermenéutico*, tan característico de la existencia humana como tal.¹³⁷ Valdría la pena, como ha sugerido Blumenberg:

¹³¹ L. Duch (2002a) *op. cit.*, p. 88.

¹³² L. Duch (2002a) *op. cit.*, p. 89.

¹³³ H. Blumemberg, citado en L. Duch (2002a) *op. cit.*, p. 430.

¹³⁴ L. Duch (2002a) *op. cit.*, p. 430.

¹³⁵ *Ibídem*.

¹³⁶ H. Blumemberg, citado L. Duch (2002a) *op. cit.*, p. 438.

¹³⁷ H. Blumemberg, citado en L. Duch (2002a) *op. cit.*, p. 441.

“Recuperar la flexibilidad imaginativa, el sentido lúdico que ha de imperar en las relaciones humanas, la capacidad de dejarse llevar por la maravilla de las narraciones y, por encima de todo, el vivo sentimiento de que la única salvación cercana a los mortales es la del *homo mythicus*, mientras que la condena sin remisión procede de las ‘travesuras’ del *homo oeconomicus*”.¹³⁸

1.3.1. La logomítica: hacia una necesaria coimplicación entre *mythos* y *logos*

El pensamiento occidental ha estado dominado a lo largo de la historia, y, aún hoy en muchos ámbitos, por dicotomías metafísicas separadoras. Estos antagonismos irreductibles, entre los que podríamos citar como ejemplos: esencia-existencia, razón-emoción, mente-cuerpo, imagen-concepto, interior-exterior o *mythos-logos*, suponen que entre los citados conceptos o procesos no existe ninguna clase de vínculo o continuidad.¹³⁹ Sin embargo, como es obvio, este tipo de dicotomías categóricas olvida ciertos matices, que como la amplia gama de grises se descubre entre el blanco y el negro. Además, estas divisiones metafísicas no solo separan los elementos aludidos por sus diferencias, sino que los valoran y significan de forma desigual. Así, en función del momento histórico-cultural, una de las esferas señaladas será valorada positivamente y la otra relegada o incluso desterrada. En cierta medida, así podríamos resumir la tendencia fluctuante entre el *mythos* y el *logos*: cuando uno preponderaba, el otro dejaba de existir. De hecho, como señala Duch, lo que se ha pretendido en la cultura occidental ha sido que el *logos* sustituya al *mythos*,¹⁴⁰ así como “el *nous* al *eros*, el ser (*on*) al devenir (*génesis*), el *eidos* a la *aisthesis*, la esencia a la existencia, el acto a la potencia, la definición a la intuición”.¹⁴¹ Pero ¿cuáles han sido las motivaciones para que tanto el *mythos*, como la imagen o la existencia hayan sido relegadas del

¹³⁸ H. Blumemberg, citado en L. Duch (2002a) *op. cit.*, p. 442.

¹³⁹ Ernst Cassirer considera que sólo las formas simbólicas son capaces de mediar entre los dualismos que encuadran el pensamiento tradicional y la experiencia de los seres humanos. Para nosotros, como para el autor, el verdadero concepto de lo simbólico no puede adaptarse a las tradicionales clasificaciones o dualismos metafísicos, sino que debe superar y romper sus marcos. Cf. E. Cassirer (1976) *op. cit.*, pp. 446-450.

¹⁴⁰ Recordemos el ‘paso del mitos al logos’ o el proceso de racionalización de Max Weber, según el cual la razón desterraría al mito.

¹⁴¹ L. Duch (2002a) *op. cit.*, p. 158.

pensamiento positivista tradicional? Algunos autores, como Giambattista Vico, quien atribuye a las narraciones míticas un alto grado de verdad histórica,¹⁴² centraron sus críticas en el cartesianismo, cuyos prejuicios contra el pensamiento mítico revisaremos sucintamente a continuación.

Si bien podemos afirmar que Descartes fue uno de los intelectuales más influyentes en la creación del pensamiento moderno occidental, tampoco podemos olvidar que algunos de sus paradigmas se han instalado de forma coercitiva en algunos ámbitos de reflexión. Durante los siglos XVII y XVIII sus asertos, junto con los de otros pensadores como Bacon y Newton, se erigieron en contra del pensamiento místico y mítico,¹⁴³ desterrando éste último de cualquier clase de especulación. La ciencia¹⁴⁴ ilustrada pretendía eliminar todos aquellos elementos ‘subjetivos’ (gustos, sentimientos, deseos, talentos, imágenes, disposiciones éticas, etc.) que no fueran susceptibles de ser *verificados*.¹⁴⁵ Al mismo tiempo, el valor otorgado por Descartes al *logos* – logocentrismo– y la supremacía concedida al método científico-técnico provocaron el triunfo de la iconoclastia. De hecho, en opinión de Albert Chillón, la influencia del paradigma cartesiano es uno de los motivos responsables de “la longeva iconoclastia profesada por el pensamiento ilustrado propio de la modernidad”.¹⁴⁶ Además, como ha sugerido Gilbert Durand, el cartesianismo suscitó el triunfo del signo sobre el símbolo y del concepto sobre la imaginación, ya que todos los cartesianos rechazan la imaginación, así como también la sensación, como inductora de errores.¹⁴⁷ Recordemos que en la primera parte del *Discours de la Méthode*, el autor señala que hay que tener por casi falso todo lo que no sea más que verosímil. En palabras de Chillón:

¹⁴² L. Duch (2002a) *op. cit.*, p. 122.

¹⁴³ C. Lévi-Strauss (2002) *Mito y significado*. Madrid: Alianza, p. 24.

¹⁴⁴ Es interesante plantear la siguiente reflexión: “La realidad comprendida por la ciencia nunca es la realidad en sí, sino que siempre se trata de una realidad *ya* interpretada”. Cf. L. Duch (2002a) *op. cit.*, pp. 496-497. Del mismo modo, la razón no es más que una creencia construida como cualquier otra. Cf. J. Ortega y Gasset (1977) *Ideas y creencias*. Madrid: Revista de Occidente.

¹⁴⁵ L. Duch (2002a) *op. cit.*, p. 489.

¹⁴⁶ A. Chillón (2000) “La urdimbre mitopoética de la cultura.” *Anàlisi. Quaderns de Comunicació i Cultura*, 24, Bellaterra, p. 141.

¹⁴⁷ G. Durand (1971) *La imaginación simbólica*. Buenos Aires: Amorrortu, p. 27.

“A fin de cuentas, el logocentrismo cartesiano ensalza el concepto y posterga la imagen, pero al actuar así se niega a ver, no sólo que el concepto nace sin remedio como imagen y vive alimentándose de ella, sino que concepto e imagen no son ni pueden ser más que las dos facetas del símbolo y del rasgo más propio del intelecto humano, que es a no dudarlo la *función de simbolización*”.¹⁴⁸

Pero no sólo Descartes rechazó el pensamiento simbólico-mítico en su cometido por atribuir preponderancia a la razón; numerosos autores como Sigmund Freud o James Frazer también juzgaron negativamente los mundos del mito como erróneos, y sostuvieron que estos debían ser refutados, sobrepasados y sustituidos finalmente por la Ciencia.¹⁴⁹ Para estos intelectuales, las relaciones entre *mythos* y *logos* nunca llegaron a ser dialécticas, es decir, ni existía interacción ni coimplicación, sino negación de una de las partes en beneficio de la otra. Sin embargo, otros autores, entre los que podemos destacar al ya citado Hans Blumenberg, han recalcado que “la línea fronteriza entre el *mito* y el *lógos* es imaginaria”.¹⁵⁰ De modo que no podemos hablar de una separación entre estos dos modos de comprender la realidad. Blumenberg es muy crítico con el conocido ‘paso del mito al logos’ ya que ambas formas de expresión, a su parecer, no pueden anularse ya que son complementarias:

“Decir que la marcha de las cosas ha ido del *mito al lógos* implica un desconocimiento peligroso, ya que uno cree poder cerciorarse así de que, en algún momento, en un pasado lejano, se dio un *salto* irreversible hacia delante que habría dejado algo definitivamente a sus espaldas”.¹⁵¹

Cuando en realidad, estas dos formas de expresión deben convivir, ya que, precisamente, su coexistencia es la base de su enriquecimiento recíproco. Esta idea es deudora del pensamiento de Cassirer, para quien no existe la diferencia entre lo conceptual y lo mítico que la tradición racionalista había querido ver. De hecho, en lo mítico podemos hallar un

¹⁴⁸ A. Chillón (2000) “art. cit.”, p. 141.

¹⁴⁹ J. Campbell (1993) *op. cit.*, p. 23.

¹⁵⁰ H. Blumenberg (2003) *op. cit.*, p. 20.

¹⁵¹ H. Blumenberg (2003) *op. cit.*, p. 35.

trasfondo conceptual y al revés. Así, desde nuestra perspectiva, es preciso establecer un diálogo entre ambas formas de expresión. A los ojos de Duch es necesario tender “puentes, mediaciones, que nos acerquen a aquello que se mantiene en el ámbito de la distancia y del desconocimiento y, así, conseguir familiarizarnos con ello”,¹⁵² ya que pensar en el dominio de una de las esferas –la lógica o la mítica– sería como aceptar el imperio de un solo discurso. Para el antropólogo catalán, *mythos* y *logos* no son dos formas de ser o estar en el mundo excluyentes, “sino abanicos de expresividades que se han de compenetrar y de potenciar mutuamente”.¹⁵³ De hecho, la complementariedad y coimplicación entre ambos discursos es una de las claves comprensivas de la existencia y una de las evidencias del *polifacetismo* humano.¹⁵⁴ Un *polifacetismo* que precisa de la palabra como medio imprescindible de salvación, que vehicule la comunicación humana, y todas sus formas de expresión. La comunicación sería la misión fundamental del ser humano y su modo de acceder al conocimiento de sí y de los demás, hecho que evidencia la necesidad de coimplicar el discurso mítico y el lógico, la imagen y el concepto, la imaginación y la abstracción.¹⁵⁵ Es así como debemos entender la logomítica como una praxis antropológica esencial y necesaria en nuestro tiempo,¹⁵⁶ que consiste en la renuncia a cualquier clase de discurso y de praxis totalitarios.¹⁵⁷ La logomítica pretende poner al alcance de la mano una adecuada administración de las expresividades humanas y potenciar, en palabras del autor, “la *intersubjetividad* como forma concreta de la palabra humana en su doble versión de *mythos* y *logos*”.¹⁵⁸

Volvamos ahora nuestra atención hacia la imaginación, categoría fundamental para comprender las formas míticas de expresión y las mediáticas más tarde. Como señala Albert Chillón en su artículo “La urdimbre mitopoética de la cultura mediática”, la imaginación es la facultad psíquica

¹⁵² L. Duch (2002a) *op. cit.*, p. 153.

¹⁵³ L. Duch (2002a) *op. cit.*, p. 158.

¹⁵⁴ L. Duch (1984) *Religió i món modern*. Barcelona: Publicacions de l'Abadia de Monserrat, pp. 247-332.

¹⁵⁵ L. Duch (2002a) *op. cit.*, p. 13.

¹⁵⁶ La logomítica tiene un alcance pedagógico que permitirá superar la crisis gramatical que afecta en este momento a nuestra sociedad. L. Duch (2002a) *op. cit.*, p. 239.

¹⁵⁷ L. Duch (2002a) *op. cit.*, p. 501.

¹⁵⁸ *Ibidem*.

por excelencia que, mediante la *configuración* y la *síntesis*, es la responsable última de todas las formas de intelección y comunicación *imaginables*.¹⁵⁹ Valga precisar que entendemos la imaginación no ya como una actitud especial o propia de algunas facetas de la existencia –tales como las fantasías o los sueños–, sino como la propia dinámica psíquica misma de toda la existencia. Además, ésta es fundamental para comprender la cultura mediática.¹⁶⁰ Y es que la construcción de la realidad y del mundo circundante en el que participan los sujetos, como veremos, encuentra su sentido gracias a la imaginación. En efecto, el ser humano configura el mundo enigmático que le rodea y “construye las *cosas en sí* como *fenómenos*, esto es, como figuras inteligibles y comunicables”.¹⁶¹ En definitiva, no podemos olvidar que lo mítico, expresado a través de los mitos concretos y sus interpretaciones, constituye una presencia polifacética y multifuncional en la vida de los individuos y los grupos. Y es que las formas de expresión o pensamiento lógico-mítico son complementarias y nos ayudan a alcanzar una visión más completa –aunque nunca total– de la realidad. En este sentido, valga recordar que el símbolo permite la unión de estas dos esferas de pensamiento y de experiencia. De hecho, como la función simbólica es “*conjunctio* de las dos dimensiones constitutivas del pensamiento: *logos* y *mythos*, razón y representación, concepto e imagen, cifra y figura, análisis y síntesis, discurso y narración”.¹⁶² Y es que desde nuestra perspectiva, reiteramos, el conocimiento, la cultura colectiva, la realidad compartida y los sujetos, además de los grupos participantes son y se comportan de manera eminentemente simbólica, en tanto se expresan de manera figurada,¹⁶³ o lo que es lo mismo, emplean figuraciones para hacerse inteligibles. De hecho, como señala Chillón, “el mundo simbólico del hombre es, entonces, no tanto obra de imitación y representación (*mímesis*) de la muda naturaleza (*physis*)

¹⁵⁹ A. Chillón (2000) “art. cit.”, p. 140.

¹⁶⁰ Cf. L. Duch y A. Chillón (2012) “La imaginación creadora” en *Un ser de mediaciones 1*. Barcelona: Herder, pp. 235-292.

¹⁶¹ A. Chillón (2000) “art. cit.”, p. 140.

¹⁶² A. Chillón (2000) “art. cit.”, p. 142.

¹⁶³ Como dice el autor: “La industria de la comunicación proporciona a sus audiencias figuraciones rutilantes de la experiencia, trasuntos narrativos e icónicos de la vida y de la historia que, so capa de impoluta belleza, eclipsan su imperceptible complejidad.” A. Chillón (2000) “art. cit.”, p. 132.

cuanto de figuración y creación (*poiesis*) de la expresiva realidad humana”.¹⁶⁴ Y esta realidad y sus formas de expresión mediáticas son sustantivamente imaginativas, ya que están configuradas y creadas gracias a las formas simbólico-míticas y narrativas que lo constituyen.

En gran medida, la cultura mediática¹⁶⁵ es una de estas realidades expresadas de forma mitopoyética, es decir, se trama y se urde como *mythos*: fábula, relato, figuración.¹⁶⁶ Pero ¿qué es la mitopoyética y qué relación tiene con nuestro objeto? Como ha apuntado el antropólogo Ernst Cassirer, es aquella cualidad natural del lenguaje cuya esencia es mítico-metafórica y que requiere modos indirectos de descripción. Las materias primarias de este lenguaje serían términos confusos o ambiguos que necesariamente han de ser interpretados de manera simbólica. Esta ambigüedad, inherente al lenguaje, que observamos también en la construcción de la propia identidad –como desarrollaremos–, debe su origen al mito, que aunque natural –en ningún caso artificial– no tiene por qué guardar relación con la naturaleza de los objetos externos. En definitiva, no podemos olvidar el valor de lo simbólico en la creación de las identificaciones, ya que los símbolos se crean dentro de las comunidades humanas y funcionan como elementos de cohesión y crean ideología e imaginarios propios a cada comunidad.

1.4. IDENTIDADES SIMBÓLICAS E IDENTIFICACIONES MEDIÁTICAS

En este apartado nos preguntaremos inicialmente cómo el orden sociocultural en el que vivimos tiende a generar, a través de su funcionamiento, determinadas formas de percepción acerca de las diversas categorías identitarias como podrían ser, por ejemplo, el género, la nación o

¹⁶⁴ A. Chillón (2000) “art. cit.”, p. 143.

¹⁶⁵ Tal y como señala el autor: “Los medios y las mediaciones comunicativas de nuestro tiempo tienden a fagocitar todas las otras expresiones culturales, así la pintura como la música, las vanguardias como la expresiones estéticas neotribales, la arquitectura como el folclore. Hasta tal punto es así, que esa expansividad –que no borra en absoluto, las diferencias, aunque sin duda hace más arduos distinguirlas– está convirtiendo la expresión *cultura mediática* en un vulgar pleonasma: ¿es que existe hoy, es que existirá mañana alguna modalidad de cultura no condicionada por los imperativos de la mediación tecnoindustrial? A. Chillón (2000) “art. cit.”, pp. 121-129.

¹⁶⁶ A. Chillón (2000) “art. cit.”, p. 127.

la etnia. Desde nuestra perspectiva, los citados conceptos deberían ser entendidos no ya como realidades naturales o categorías sociales,¹⁶⁷ sino como artefactos simbólicos, propiamente, que son figurados y configurados por la cultura mediática.

Por razones didácticas, distinguiremos aquí entre identidades simbólicas e identificaciones mediáticas¹⁶⁸ y anunciaremos, sumariamente, el vínculo entre ambas nociones. Valga mencionar que las identidades simbólicas serían aquellas formas identitarias –esquemas, imágenes, figuraciones o historias presentes en los *media*– que representan o evocan los diferentes tipos de categorías sociales. Estos esquemas simbólicos, de amplio alcance e interpretación diversa, son vehiculados discursivamente y hacen referencia a las diferentes formas identitarias o definiciones del *yo*, el *nosotros* y el *ellos*. Para el sociólogo francés Claude Dubar, estas formas identitarias pueden ser *comunitarias*, es decir, heredadas por los individuos o los grupos (etnia, religión, comunidad lingüística o territorio, por ejemplo); o *estatutarias*, es decir, adquiridas de manera voluntaria por los individuos y los grupos.¹⁶⁹ Las identidades simbólicas, para Dubar, pueden ser de varios tipos a su vez: jurídicas, aquellas que hacen alusión a la nacionalidad o al espacio jurídico donde el grupo o el sujeto se inserta; ciudadanas, que serían aquellas que ni son comunitarias ni estatutarias, sino individuales, inalienables e igualitarias; políticas o partidistas. Si bien la clasificación presentada por el autor francés es interesante, desde nuestra perspectiva puede llegar a resultar un poco limitada, puesto que las identidades simbólicas, más que agrupar un tipo de categorías determinadas –las relacionadas con la ideología, en su caso– expresan un proceso de mayor amplitud. De hecho, para nosotros, todas las categorías clásicas de pertenencia podrían ser llamadas identidades simbólicas, en tanto que representan –de forma fija– la adhesión a un grupo tipológico dado, como veremos. Asimismo estas categorías funcionan como modelos o prismas

¹⁶⁷ Cf. H. Tajfel (1984) *Grupos humanos y categorías sociales*. Barcelona: Herder.

¹⁶⁸ Acuñamos el término propuesto por V. F. Sampedro (2004a) "Identidades mediáticas e identificaciones mediatizadas." *CIDOB d'afers Internacionals*, 66-67, 135-149.

¹⁶⁹ C. Dubar (2002) *La crisis de las identidades*. Barcelona: Ediciones Bellaterra, p. 177.

donde los sujetos se ven reflejados y les permiten significarse y definirse.¹⁷⁰ Estas formas de representación son variables y se adaptan o ven transformadas en función del momento histórico-cultural. Precisamente el cuestionamiento de los grandes sistemas ideológicos heredados de la primera modernidad ha provocado que las identidades simbólicas ‘tradicionales’ se resquebrajen o den lugar a nuevas formas de definición, que se hallan muy influidas por dos fenómenos globales, según el parecer del sociólogo francés Claude Dubar: la secularización,¹⁷¹ con su consecuente privatización de las creencias y prácticas religiosas; y la desinstitucionalización¹⁷² o pérdida de influencia de las instituciones en la vida privada.

Ahora bien, desde el momento en que el sentido de las diferentes categorías o *formas identitarias* (sean éstas unificadoras o diferenciales) no es transmitido o adquirido de forma automática por el linaje, únicamente puede ser construido sobre la base de experiencias biográficas que impliquen, a la vez, identificaciones con los *otros*.¹⁷³ En este sentido, el papel de los medios de comunicación es clave, ya que sus discursos promueven o representan un tipo especial de identidades simbólicas: las llamadas ‘identidades mediáticas’, que nosotros preferimos denominar, sin duda, ‘narrativas mediáticas identitarias’, como desarrollaremos con mayor pormenor en el capítulo IV.

Un autor que se ha dedicado al estudio de este proceso es Víctor F. Sampedro. Desde su perspectiva, “las *identidades mediáticas* son las formas de representación pública presentes en el contenido y los mensajes de los medios de comunicación”.¹⁷⁴ Éstas podrán ser oficiales o hegemónicas

¹⁷⁰ Como ha señalado Herbert Blumer: a la hora de definirse, lo fundamental no es la tendencia, sino el proceso por el cual el individuo se define y llega a crear su definición. Cf. H. Blumer (1982) *El interaccionismo simbólico*. Barcelona: Hora, p. 74.

¹⁷¹ Recordemos que el proceso de secularización es proceso histórico de larga duración en el que las iglesias se retiran de ciertas funciones que van asumiendo organizaciones o el Estado.

¹⁷² Relación de la noción de desinstitucionalización con la sociología durkheimiana: la crisis de las instituciones se derivará directamente del desmembramiento, e incluso de la decadencia, de las creencias colectivas con una raíz religiosa. Para Durkheim no puede haber sociedad moderna, orgánica y democrática sin instituciones fuertes y legítimas, reconocidas y consensuadas y con fundamento en valores compartidos. C. Dubar (2002) *op. cit.*, pp. 153-162.

¹⁷³ C. Dubar (2002) *op. cit.*, p. 186.

¹⁷⁴ V. F. Sampedro (2004a) “art. cit.”, p. 137.

cuando representen a los grupos socialmente aceptados o normalizados; o populares o minoritarias cuando representen a individuos o grupos marginales. Para el investigador madrileño, que ha realizado numerosos estudios de campo sobre el funcionamiento y la influencia de las ‘identidades mediáticas’,¹⁷⁵ éstas tienen una serie de rasgos comunes entre los que podemos destacar los siguientes, como veremos a continuación. En primer lugar, se caracterizan por tratarse de ‘casi-interacciones’, en el sentido que propone John Thompson.¹⁷⁶ En segundo lugar, son *virtuales*, es decir, se encuentran desenraizadas de un territorio y un momento histórico estable, como señala Sampedro, además de ser siempre múltiples y enfrentadas.¹⁷⁷ Y en tercer lugar, apelan a la tradición bien sea para mantener el *status quo* o para promover sentimientos nacionalistas, por ejemplo. Tal y como subraya el investigador, la enorme pluralidad de ‘identidades mediáticas’ encubre su *estandarización subyacente*: al fin y al cabo reproducen unos cuantos roles homogéneos de manera positiva y niegan u omiten otros, es decir, los excluyen del abanico de representaciones aceptadas. Recordemos que, para Sampedro, una de las fuerzas de las ‘identidades mediáticas’ se podría condensar en la conocida frase: “Quien no sale en los medios, no existe”.¹⁷⁸ Esta dinámica de representación hegemónica y excluyente provoca que ciertos grupos sociales gocen de mayor bienestar o estabilidad significativa, es decir, sean representados de forma positiva. Además, la imagen que proyectan los medios les protege ante cualquier identificación que ponga en duda su status.¹⁷⁹ En cierta medida, el amplio abanico de identidades representado puede llegar a provocar –como ha observado el autor– cierto estado de inseguridad ontológica¹⁸⁰ entre los individuos. Y esta incertidumbre sobre quiénes somos y con quiénes somos “más nosotros

¹⁷⁵ V. F. Sampedro (2003) *La pantalla de las identidades*. Barcelona: Icaria, pp. 9-28.

¹⁷⁶ Cf. J. B. Thompson (1998) *Los media y la modernidad*. Barcelona: Paidós.

¹⁷⁷ V. F. Sampedro (2003) *op. cit.*, p. 13.

¹⁷⁸ V. F. Sampedro (2004a) “art. cit.”, p. 137.

¹⁷⁹ El ejemplo propuesto por el autor es interesante, V. F. Sampedro (2004a) “art. cit.”, p. 138. Se refiere a los controles policiales tras los atentados del 11-M. Mientras que los magrebíes se vieron acosados, el autor señala que su identidad mediática le protege: la policía jamás le ha pedido la documentación en la calle ni le ha exigido que se identifique, p. 138.

¹⁸⁰ Cf. R. Silverstone (1994) *Television and Everyday Life*. Londres: Routledge.

mismos” acentúa la urgencia de encontrar las raíces y hallar nuestro lugar en el mundo.

En definitiva, como iremos desarrollando a lo largo de los próximos capítulos, la cultura mediática proporciona a las audiencias figuraciones sobre los individuos y los grupos que podrían ser llamadas ‘identidades simbólicas’. Valga anunciar que estas imágenes o esquemas simbólicos son de tenor tipificador (arquetípico y estereotípico en muchas ocasiones) y proporcionan recursos de aprendizaje social, como veremos. Ahora bien, ¿cómo traducen e interpretan los individuos y los grupos estas figuraciones simbólicas? En la recepción mediática, los sujetos o receptores realizan procesos de identificación o ‘identificaciones mediatizadas’ –como las ha llamado Víctor F. Sampedro– que pertenecen al orden de la recepción y de la reapropiación de las señas mediáticas de identidad. Estos procesos, que pertenecen al orden de la recontextualización, permitirán a los sujetos intérpretes interactuar con el resto de personas o entes colectivos y reinterpretar los recursos cognitivos emocionales que les brindan los medios en función de su propia experiencia y contexto.¹⁸¹ Dicho con otras palabras, las narrativas mediáticas sobre la identidad ayudarán a los individuos y a los grupos a definir y a definirse, ya que les permitirán identificarse o separarse del resto. Y esta tarea, como es obvio, se basa en interacciones sociales de carácter mediático. Tal y como señala Sampedro:

“Nos definimos siempre en relación a los “otros” y el mundo contemporáneo se define, en gran medida, por haber superado (e incluso borrado) las relaciones co-presenciales y dialógicas. Multitud de las identidades a las que nos acogemos (o que, combatimos) encuentran en los medios su principal plataforma de expresión e interacción”.¹⁸²

Como bien es sabido, el sujeto interactúa con el resto de personas o entes colectivos mediante estrategias de inclusión (grupos de pertenencia, donde el sujeto se inserta, y que podríamos llamar nosotros) y estrategias de exclusión (grupos de no-pertenencia, donde el sujeto se diferencia, y que podríamos llamar *otros* o *ellos*). Y es que no podemos olvidar que la identificación es

¹⁸¹ V. F. Sampedro (2004a) “art. cit.”, p. 137.

¹⁸² V. F. Sampedro (2004a) “art. cit.”, p. 136.

fruto de una operación dialéctica: generalización y diferenciación. Como señala Sampedro: “Los medios presentan a los colectivos sociales en términos de igualdad o diferencia¹⁸³, exhibiendo marcas identitarias concluyentes (para los miembros de la comunidad) y excluyentes (para el extranjero, considerado como ‘ajeno’)¹⁸⁴”. Al fin y al cabo, las narraciones sobre una comunidad o un grupo dado se suelen basar en oposiciones binarias que permiten etiquetar o realizar tipologías sobre los individuos y los grupos. En este sentido, es necesario que el intérprete, en tanto destinatario activo, reconozca dónde se sitúa, a qué categorías pertenece, cree o quiere pertenecer. Sin embargo, el verdadero problema es que no todos los grupos tienen la misma fuerza para aparecer representados en los medios ni para controlar la ‘identidad mediática’ proyectada. Tampoco tienen los mismos recursos económicos y cognitivos para consumir o acceder a distintos medios, fomentando así ‘procesos de identificación mediatizada’ que resulten satisfactorios, en cuanto a la autoestima, las motivaciones o las interacciones con otros. Después de esta sumaria aproximación al proceso que nos ocupa y en el que profundizaremos a lo largo de los próximos capítulos, nos dedicaremos a explorar el alcance de socialización de los mismos. Con el fin de profundizar en el papel de los medios como creadores de sentido, que ofrecen recursos cognitivos y afectivos a los individuos y a los grupos, dedicaremos el próximo apartado a su función socializadora.

1.5. LOS MEDIOS COMO INSTITUCIONES SOCIALIZADORAS: LAS ESTRUCTURAS DE ACOGIDA

Una de las condiciones esenciales para el estudio del proceso que nos ocupa es la función socializadora de los medios de comunicación. Ahora bien, es necesario desarrollar esta afirmación para dotarla de mayor precisión. Entendemos la socialización, en un sentido amplio, como un fenómeno natural a todos los individuos que les facilita vivir y convivir en sociedad. Es

¹⁸³ La estrategia de igualdad y diferencia es clave para el autor, ya que en democracia un colectivo puede reivindicar ciertos derechos específicos si acepta previamente ciertas obligaciones comunes a todos los grupos sociales. *Ibidem*.

¹⁸⁴ *Ibidem*.

preciso matizar que con el vocablo socialización –que no sociabilidad– designamos la aptitud o competencia de los actores para establecer vínculos sociales o interactuar con los *otros*; que también podríamos llamar *inteligencia social* o *aprendizaje social*. El antropólogo Miguel Rodríguez está en lo cierto al afirmar que la socialización es “un proceso complejo por el cual los individuos aprenden a interiorizar las normas de comportamiento y los valores sociales del grupo o comunidad de pertenencia integrándolos en su personalidad, con el fin de adaptarse a su contexto social”.¹⁸⁵ Los procesos de socialización motivados por los medios de comunicación revisten para nosotros un interés especial, pues nos ayudan a comprender mejor nuestro objeto de estudio. Para ilustrar nuestro propósito hemos escogido cuatro perspectivas teóricas: el enfoque fenomenológico del sociólogo Alfred Schütz; el socio-comportamental del psicólogo Albert Bandura; el culturalista del antropólogo Claudio Esteva Fabregat y el antropológico-filosófico propuesto por el antropólogo Lluís Duch. ¿Por qué esta elección? En primer lugar, estos cuatro autores presentan elementos de comprensión clave para el estudio de los medios como instituciones socializadoras que condicionan los procesos de identificación de los individuos y los grupos. Además, a nuestro juicio, los dos son eminentemente complementarios y ofrecen una visión completa del campo de estudio que nos ocupa. Finalmente, cada uno de estos enfoques tienen en común el énfasis prestado al vínculo entre la sociedad y el individuo, consideraciones que compondrán el fundamento general para nuestro estudio en su totalidad.

1.5.1. El enfoque fenomenológico: Alfred Schütz

Las aportaciones de Alfred Schütz sobre las estructuras del mundo de la vida, los acervos del conocimiento y la socialización son fundamentales para comprender el alcance de nuestro objeto de estudio. Y es que frente al predominio de las teorías sociológicas estructurales, su propuesta es la de una sociología interpretativa que trate de comprender la sociedad, tanto

¹⁸⁵ M. Rodríguez (1997) “Enculturación y socialización” en A. Aguirre Baztán (ed.) *Cultura e identidad cultural*. Barcelona: Bardenas, p. 87.

desde la perspectiva de los sistemas como de los actores; desde la articulación de lo objetivo hasta lo intersubjetivo.¹⁸⁶ El recurso de Schütz al concepto de mundo de la vida es de crucial importancia para nosotros, pues nos permite entender la coimplicación entre la intersubjetividad y la socialización, dos procesos que son clave para entender la incidencia de los medios de comunicación en la conducta¹⁸⁷ y en la interacción social entre los individuos. Su investigación del mundo de la vida parte de la constatación de que lo social no es algo independiente y externo de sus miembros – individuos o grupos– sino que es el resultado de las prácticas intencionales de estos. En sus palabras: “Una vez supuesta la existencia del tú,¹⁸⁸ ya hemos entrado en el dominio de la intersubjetividad. El individuo vivencia entonces el mundo como algo compartido por sus congéneres, es decir, como un mundo social”.¹⁸⁹ Así, el mundo compartido, más que tener entidad propia estructural, es construido por los actores sociales que lo conforman, y que además construyen y reconstruyen la realidad social en tanto otorgan significado¹⁹⁰ y sentido a sus experiencias en las interacciones de la vida diaria. Esto se hace particularmente evidente en la interacción, clave para comprender el mundo social: “Una vez supuesta la existencia del tú, ya hemos entrado en el dominio de la intersubjetividad. El individuo, en tanto actor social vivencia entonces el mundo como algo compartido por sus congéneres, es decir, como un mundo social”.¹⁹¹

¹⁸⁶ Es decir, desde los sistemas, las estructuras y las instituciones, hasta las representaciones, las identidades y la vida cotidiana. Cf. A. Schütz y T. Luckmann (2001) *Las estructuras del mundo de la vida*. Buenos Aires: Amorrortu.

¹⁸⁷ Para Alfred Schütz la conducta es como una vivencia de la conciencia que confiere significado mediante actividad espontánea. A. Schütz (1972) *Fenomenología del mundo social*. Buenos Aires: Paidós, p. 85.

¹⁸⁸ Aquí también se puede observar la influencia de Weber en el pensamiento de Schütz. Para Weber no es suficiente que una acción establezca el contacto con otra persona para que se la califique de acción social, estas acciones deben estar enfocadas sobre otro: un ‘tú’. De manera que la acción sólo puede comprenderse presuponiendo la existencia de ese “tú”. Cuando dos personas se vuelven recíprocamente orientadas entre sí, tenemos lo que Weber llama una ‘relación social’. A. Schütz (1972) *op. cit.*, p. 45.

¹⁸⁹ A. Schütz (1972) *op. cit.*, p. 169.

¹⁹⁰ Como señala el autor, “el significado es la *manera* en que el yo considera su vivencia, reside en la actitud del yo hacia esa parte de su corriente de la conciencia que ya ha influido, hacia su duración transcurrida.” A. Schütz (1972) *op. cit.*, p. 99.

¹⁹¹ A. Schütz (1972) *op. cit.*, p. 169. El autor está muy influido por la concepción weberiana de acción significativa. Para Weber, no todo tipo de contacto entre seres humanos tiene un

Mas ¿por qué es relevante la idea del mundo de la vida para comprender mejor la incidencia de los medios de comunicación en los procesos de identificación? Por la sencilla razón de que este concepto acentúa la dimensión social en la que se construyen los marcos de sentido que sirven para definir e interpretar la realidad. A saber, remite a procesos y estructuras que posibilitan la comprensión y transforman los estilos de vida y de pensamiento en la vida cotidiana. En este sentido, el mundo creado y representado por los medios de comunicación es un universo de significación, es decir, conforma una urdimbre de sentidos diversos que debemos interpretar¹⁹² para orientarnos y conducirnos en él. Pero, no podemos olvidar que toda interpretación de ese mundo se basa en un acervo de experiencias propias o ajenas, que funcionan como esquemas de referencia. Merecería la pena dedicar alguna atención a su concepto ‘acervo de conocimiento a mano’, también llamado ‘comprensiones del sentido común’, definido en su obra *La construcción significativa del mundo social*.¹⁹³ Este término hace alusión a una serie de experiencias o percepciones del mundo acumuladas, que permiten tipificar a los *otros*. Schütz está en lo cierto cuando afirma que para comprender la conducta de los *otros*, los sujetos recurren a una suerte de *tipificación*, por la cual los actores sociales aplican esquemas interpretativos aprendidos, que les permiten captar los significados de lo que realizan estos y ellos mismos. Pero ¿de dónde provienen estas pautas de aprendizaje social? En gran medida serán instituidas por los medios de comunicación. Valga añadir que en todas las formas de relación social el sí mismo sólo puede ser captado mediante la construcción de una forma típica de conducta, una pauta típica de motivos subyacentes, de actividades típicas, de un tipo de personalidad.¹⁹⁴ Y tal

carácter social; este carácter se limita, más bien, a los casos en los que la conducta del actor está orientada significativamente hacia la de otros. A. Schütz (1972) *op. cit.*, p. 46.

¹⁹² Para el autor: “El intérprete parte de su propia experiencia del cuerpo animado de la otra persona o de los artefactos que esta última ha producido. En ambos casos se está interpretando objetivaciones en las cuales se manifiestan las vivencias del otro”. A. Schütz (1972) *op. cit.*, p 161.

¹⁹³ A. Schütz (1972) *La construcción significativa del mundo social*. Buenos Aires: Paidós.

¹⁹⁴ A. Schütz (2003) *op. cit.*, pp. 46-47.

análisis remite necesariamente al punto de vista subjetivo; es decir, a la interpretación de la acción del *otro*.

Ahora bien, una dimensión básica del acervo del conocimiento, aparte de su carácter pragmático esencial, es la familiaridad, ya que la mayoría de estos esquemas son compartidos por los miembros de una comunidad. De hecho, gracias a este sustrato significativo común, los individuos acceden al conocimiento del mundo social y pueden construir una realidad social compartida, además de otorgar sentido a su propia biografía. Pero ¿de qué modo adquieren los individuos y los grupos estos esquemas significativos? Como han expresado Peter Berger y Thomas Luckmann, discípulos de Schütz, en su obra *La construcción social de la realidad*, estos esquemas típicos se conforman y transmiten a través de tres procesos que iremos desarrollando en los capítulos siguientes. El primero de ellos es la memoria, matriz en la que profundizaremos en el capítulo V, que se constituye gracias a una serie de experiencias estereotipadas en el recuerdo que permiten a los individuos hallar sentido a su biografía¹⁹⁵. El segundo proceso que permite la sedimentación intersubjetiva es la biografía compartida o, como veremos en el capítulo V, los imaginarios o la memoria colectiva que son, en gran medida, configurados por los medios de comunicación. El tercer proceso es el lenguaje, elemento que trabajaremos en profundidad en el capítulo III. A los ojos de Berger y Luckmann:

“La sedimentación intersubjetiva puede llamarse verdaderamente social solo cuando se ha objetivado en cualquier sistema de signos, o sea, cuando surge la posibilidad de objetivaciones reiteradas de las experiencias compartidas. Solo entonces hay probabilidad de que esas experiencias se transmitan de una generación a otra, y de una colectividad a otra”.¹⁹⁶

No obstante, desde nuestra perspectiva, las narraciones propuestas por los medios de comunicación o, si se prefiere, el discurso mediático –en toda su amplitud– es en gran parte el responsable de la creación y la adquisición de estas estructuras tipificadoras –de tenor arquetípico,

¹⁹⁵ P. L. Berger y T. Luckmann (2008) *op. cit.*, p. 89.

¹⁹⁶ *Ibídem*.

estereotípico y típico, como veremos– que son adquiridas por los individuos y reutilizadas en sus situaciones de interacción. Así, en cualquier encuentro cara a cara o comunicación mediatizada, el actor utilizará este acervo del conocimiento a mano, que le permitirá, como dijimos, tipificar al otro y comunicarse con él.

1.5.2. El enfoque socio-comportamental: Albert Bandura

El enfoque socio-comportamental, que estudia los procesos por los que se adquiere y modifica la conducta social, también es crucial para comprender la función socializadora de los medios de comunicación desde una perspectiva psicológica. No cabe duda de que Albert Bandura es el investigador más representativo de esta corriente. Para él, los medios de comunicación se convierten en un elemento social de gran influencia para aprender y modelar los comportamientos, valores, actitudes y habilidades individuales.¹⁹⁷ Es por ello que los procesos de aprendizaje social mediáticos son una de las fuentes de inspiración más importantes en los procesos de formación del *yo*, como veremos. Desde la perspectiva de la teoría del aprendizaje, gran parte de las experiencias no tienen por qué ser necesariamente experimentadas por el propio individuo sino que pueden ser observadas en otros de forma directa o indirecta. Tal y como señala el psicólogo, hay bastantes pruebas de que puede haber aprendizaje por observación, incluso cuando el observador no reproduce las respuestas del modelo durante la adquisición y, por tanto, no recibe refuerzo.¹⁹⁸ Ahora bien, lo importante en relación al *refuerzo vicario* (por el cual se modifica la conducta de un observador en virtud del refuerzo administrado al modelo)¹⁹⁹ es el lugar del modelo en la ‘jerarquía’.²⁰⁰ Así estos procedimientos serán más eficaces cuando la persona o el agente que los promueve tiene mayor prestigio –en forma de poder, sea éste ideológico o adquisitivo. Esto

¹⁹⁷ Cf. A. Bandura (1977) *Social Learning Theory*. Englewood Cliff, NJ: Prentice Hall.

¹⁹⁸ A. Bandura (1962) “Social Learning through Imitation” en M. R. Jones (ed.) *Nebraska Symposium on Motivation*. Lincoln, NE: University of Nebraska Press, pp. 211-269.

¹⁹⁹ A. Bandura y R. H. Walters (1974) *Aprendizaje y desarrollo de la personalidad*. Madrid: Alianza Universidad, p. 18.

²⁰⁰ A. Bandura y R. H. Walters (1974) *op. cit.*, p. 33.

explicaría por qué el discurso mediático es tan poderoso y tiene tanta incidencia sobre las personas y los grupos y sobre la transmisión de valores o ideas ‘objetivas’.

En este sentido, la socialización puede ser entendida como el proceso mediante el cual los individuos obtienen conocimientos, habilidades y disposiciones (es decir, hábitos, creencias, actitudes y motivos) que les permiten participar como miembros de un grupo –de la sociedad– de forma más o menos efectiva.²⁰¹ Aunque desde la perspectiva psicológica tradicional el concepto de socialización se ha centrado en el estudio de la niñez y en el análisis del modo de aprendizaje propio de esta etapa –adquisición de actitudes, habilidades y comportamientos apropiados para su vida social–, actualmente dicho concepto tiene una acepción mucho más amplia. De hecho, a pesar de que las teorías de desarrollo de la personalidad en términos de estadios²⁰² han sido muy aceptadas porque suministran explicaciones tanto de la conducta socialmente positiva como de la regresiva, como señalan Bandura y Walters, en su libro: *Aprendizaje social y desarrollo de la personalidad*; no podemos olvidar que éstas acentúan la variabilidad *intraindividual*²⁰³ y tienden a minimizar la variabilidad *interindividual* debido a las diferencias. Por el contrario, los enfoques en términos de aprendizaje social ponen de relieve las diferencias *interindividuales* y la continuidad *intraindividual*²⁰⁴. Recordemos que en psicología general, la variable *intraindividual* –sostenida por los estadistas– es aquella que se centra en el análisis de los cambios que forman parte de la individualidad del sujeto (rasgos, factores, por ejemplo) a la luz de los diferentes estadios. Desde esta

²⁰¹ Cf. O. G. Brim (1966) “Socialization through the Life Cycle” en O. G. Brim y S. Wheeler (eds.) *Socialization after Childhood*. Nueva York, NY: Wiley, pp. 1-49.

²⁰² Para profundizar en las teorías del desarrollo de la personalidad en términos de estadios, cf. L. Kohlberg (1992) *Psicología del desarrollo moral*. Bilbao: Desclée de Brouwer; E. H. Erikson (1970) *Infancia y sociedad*. Buenos Aires: Hormé; S. Freud (1949) *An Outline of Psychoanalysis*. Nueva York, NY: Norton; J. Piaget (1948) *The Moral Juggement of the Child*. Nueva York, NY: Free Press; y H. S. Sullivan (1953) *The Interpersonal Theory of Psychiatry*. Nueva York, NY: Norton.

²⁰³ Es de esperar un alto grado de continuidad intraindividual en la conducta durante los sucesivos periodos de edad, porque los factores familiares, subculturales y biológicos que determinan en parte las experiencias de instrucción social del individuo, tienden a permanecer relativamente constantes. A. Bandura y R. H. Walters (1974) *op. cit.*, p. 36.

²⁰⁴ Aunque los autores se refieren aquí a los niños en concreto podemos ampliar este fenómeno a los demás estadios. *Ibidem*.

perspectiva se da bastante importancia a las características estructurales o a la herencia biogenética (a lo motriz) de los sujetos. Así, los estudios que centran sus premisas en los estadios focalizan en el análisis del los sujetos en diferentes etapas, por ejemplo. Este tipo de variable nos permitirá observar si hay cambios en distintas temporalidades en relación a un rasgo de personalidad cualquiera, sin importar las variables ambientales. En cambio, la variabilidad *interindividual* –sostenida por la teoría del aprendizaje y el resto de teorías ambientalistas– sería aquella que otorga mayor importancia a las influencias del ambiente que a las características estructurales. Así podríamos valorar cómo una determinada circunstancia ambiental provoca reacciones diferentes entre los individuos analizados y les permite crear su propia individualidad. A la luz de estos planteamientos, un mismo programa televisivo o una película, por ejemplo, no tendrían por qué influir de la misma forma en los diferentes espectadores.

Desde nuestra perspectiva, en cualquier nivel de edad o etapa de la vida hay notables diferencias de grupo ya que, como señala Orville Gilbert Brim, el proceso de socialización no sólo se centra en la niñez o la adolescencia, sino que se extiende a lo largo de todo el ciclo de vida del individuo e incluye todos los procesos mediante los cuales éste adquiere distintos roles sociales que va desempeñando a lo largo de su vida.²⁰⁵ Además, como subrayan Bandura y Walters, los diferentes individuos experimentan diversas contingencias de refuerzo y están expuestos a modelos sociales muy diversos. Por ello, podemos afirmar que pese a la similitud biológica, existen vivencias muy diferentes entre los individuos debido a las diferentes experiencias de instrucción o aprendizaje.²⁰⁶ En el ámbito mediático esto se hace particularmente evidente en relación a la cercanía entre los sujetos. Con ello queda claro que en función del acceso o de la forma en que los modelos son presentados tendrán una incidencia mayor o menor. La teoría del aprendizaje social reviste para nosotros gran interés, pues nos acerca al modo en que los medios influyen en los procesos de

²⁰⁵ O. G. Brim (1966) "art. cit."

²⁰⁶ Las teorías del aprendizaje, con sus premisas sobre la diferencia, hacen insostenibles las tipologías de la personalidad.

identificación y en las pautas de conducta social.²⁰⁷ A esto responde que el proceso de adquisición de roles se vea influido por diversos agentes a lo largo de las distintas etapas del ciclo de vida del individuo entre los que podemos destacar a los medios de comunicación. Si bien en la primeras etapas serán los 'iguales' (padres o amigos) los agentes que mayor autoridad representan, los medios de comunicación también irán asumiendo paulatinamente un rol preponderante que no podemos ignorar.²⁰⁸ En última instancia, aunque lo discutiremos más adelante con mayor detalle, debe tenerse presente que los medios de comunicación son, efectivamente, instituciones socializadoras que influyen de forma continuada en la adopción de comportamientos, habilidades o disposiciones, en la adquisición de roles y en los procesos de identificación.²⁰⁹

1.5.3. El enfoque culturalista²¹⁰: Claudio Esteva Fabregat

La perspectiva que exponemos a continuación es aquella sostenida por los autores de la llamada Escuela de Cultura y Personalidad, o antropología psicológica,²¹¹ que es quizás una de las primeras que se centra en el individuo como objeto de estudio directo en la práctica antropológica. Heredero de las aportaciones de Franz Boas, fundador de la antropología moderna

²⁰⁷ A. Bandura y R. H. Walters (1974) *op. cit.*, p. 59.

²⁰⁸ Cf. G. P. Moschis y G. A. Churchill (1978) "Consumer Socialization." *Journal of Marketing Research*, 15(4), 599-609.

²⁰⁹ Véanse algunas versiones más actuales de la teoría del aprendizaje social: M. Ortiz y J. Harwood (2007) "A Social Cognitive Theory Approach to the Effects of Mediated Intergroup Contact or Intergroup Attitudes." *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 51(4), 615-631; y A. Singhal *et al.* (eds.) (2004) *Entertainment Education and Social Change*. Mahwah, NJ: Erlbaum.

²¹⁰ Utilizamos aquí esta expresión para abreviar teoría de Cultura y Personalidad. Culturalismo fue empleado por primera vez en los años cincuenta y sesenta a propósito de los trabajos norteamericanos sobre las relaciones entre cultura y personalidad. Los primeros de estos se remontan a los años treinta, con las obras de las antropólogas Ruth Benedict o Margaret Mead y a los años cuarenta, con las controvertidas y criticadas obras de Ray Linton y de Abraham Kardiner publicadas después de la guerra. Cf. P. Bonte y M. Izard (1996) *Diccionario de etnología y antropología*. Madrid: Akal, pp. 207-208. Las obras a las que se refieren los investigadores son: R. Linton (1945) *Cultura y personalidad*. México: FCE; y A. Kardiner (1945) *El individuo y su sociedad*. México: FCE y (1955) *Las fronteras psicológicas de la sociedad*. México: FCE. Recordemos que estos autores estuvieron muy influenciados por el psicoanálisis.

²¹¹ A partir de los sesenta autores como Edwar Sapir, Bronislaw Malinowski o Géza Róheim, por citar algunos aportaron visiones completamente nuevas que transitan la llamada antropología psicológica: suma de la cognitiva, lingüística o simbólica.

norteamericana,²¹² Claudio Esteva Fabregat es quizás el antropólogo cultural actual más representativo de esta corriente. Desde su perspectiva, “en todas las comunidades humanas existen métodos de socialización que tienen como fin orientar al individuo para su comunicación con los demás miembros de su grupo o grupos de relación, mientras al mismo tiempo le identifican con sus objetivos”.²¹³ Estos métodos de socialización, en forma de ideología (*eidós*) tienen un papel restrictivo que se impone a los miembros de cada sociedad a través de los sistemas de rol o estatus y guían la acción social.²¹⁴ La conducta social sería así el resultado no solo de unas condiciones de vida, sino también y, principalmente, de la influencia de una serie de instituciones que con sus formas y técnicas económicas rigen las actividades sociales y provocan a su vez deseos y frustraciones en los individuos y los grupos. A juicio de Esteva, “toda estructura de personalidad tiene como punto de referencia una organización o naturaleza que es modelada por cada sociedad según las necesidades de su estructura social, necesidades que están articuladas por medio de una cultura que define”.²¹⁵ Es así como debemos entender que la cultura mediática proporciona a los individuos y a los grupos conocimiento sobre el carácter de los símbolos, la ideología y la concepción del mundo propias de una comunidad.²¹⁶ No cabe duda de que la cultura es una forma reguladora del comportamiento social, ya que brinda a los sujetos recursos cognitivos que contribuyen al diagnóstico de la estructura del *self* de los miembros de un grupo humano. Así, la biografía de un individuo se teje gracias a la historia de los demás individuos o grupos.²¹⁷ No obstante, representa también una técnica de control de la personalidad,²¹⁸ ya que produce ideas, bienes materiales y espirituales, y proporciona modelos de acción y valores esenciales para la vida comunitaria. En efecto, las relaciones interpersonales constituirían el método básico de comunicación y transmisión

²¹² Franz Boas consideraba que todos los sistemas culturales son estructuralmente iguales en cuanto a su valoración; y que las diferencias entre distintas sociedades son el resultado de sus propias condiciones históricas, sociales y/o culturales.

²¹³ C. Esteva Fabregat (1993) *Cultura, sociedad y personalidad*. Barcelona: Anthropos, p. 27.

²¹⁴ C. Esteva Fabregat (1993) *op. cit.*, p. 31.

²¹⁵ C. Esteva Fabregat (1993) *op. cit.*, p. 34.

²¹⁶ C. Esteva Fabregat (1993) *op. cit.*, p. 53.

²¹⁷ C. Esteva Fabregat (1993) *op. cit.*, p. 20.

²¹⁸ C. Esteva Fabregat (1993) *op. cit.*, p. 53.

de la cultura y, por tanto, de las formas de vida que se desprenden o se aprehenden gracias a ella. La cooperación entre individuos sería, en este sentido, fruto de los fines, aspiraciones y motivaciones comunes compartidos y transmitidos por los medios.

Es importante matizar que Esteva se desmarca de las primeras conceptualizaciones culturalistas sobre la personalidad propuestas por Ruth Benedict (personalidad configuracional),²¹⁹ Margaret Mead (estructuras de caracteres)²²⁰ o Abraham Kardiner (estructura de personalidad básica)²²¹ que describen la personalidad como una entidad típica. Desde la perspectiva de estos antropólogos, las diferentes culturas o sociedades darían lugar o engendrarían diferentes tipologías de individuos o aspectos concretos de comportamiento social. Así autores como Abraham Kardiner llegan a sostener que la acción de las instituciones sobre los individuos generaría una 'estructura de personalidad básica'. A su entender, existiría un conjunto de caracteres generales, psíquicos y de comportamiento comunes a todos los miembros de una sociedad,²²² que formarían el sistema proyectivo del individuo, producen la personalidad básica y son estables y permanentes. Si bien podría pensarse que las instituciones condicionan el comportamiento social de los individuos de una comunidad, no podemos estar de acuerdo con Kardiner. Puesto que, a nuestro juicio, no existe una relación directa o absoluta de las instituciones sobre la personalidad. Podría decirse, en todo caso, que la personalidad es una construcción en la que se integran valores transmitidos por las instituciones, que son compartidos por los miembros de una comunidad. Ahora bien, no necesariamente son reinterpretados por todos ellos de manera idéntica. En este sentido, es claro que pueden existir semejanzas entre individuos en cuanto a su manera de integrar valores transmitidos por las instituciones religiosas o mediáticas, por ejemplo, que forman parte de su contexto o marco de referencia, pero no estructuras prefijadas que puedan determinar de manera absoluta su

²¹⁹ R. Benedict (1971) *El hombre y la cultura*. Barcelona: Edhasa.

²²⁰ M. Mead (1972) *Adolescencia, sexo y cultura en Samoa*. Barcelona: Laia.

²²¹ A. Kardiner (1945) *op. cit.*

²²² A. Kardiner (1945) *op. cit.*, p. 37.

comportamiento.²²³ Puede así esbozarse que la cultura mediática impulsa formas de identificación condicionadas por las narrativas propuestas, que a su vez condicionan la personalidad, pero sin caer en el determinismo. No obstante, sí que estamos de acuerdo con los culturalistas en que el comportamiento humano debe ser estudiado en relación a los patrones culturales transmitidos por la sociedad y por los medios, ya que en muchas ocasiones, tanto las decisiones tomadas por los individuos como los procesos de identificación se rigen más por las influencias culturales que por las decisiones personales.

1.5.4. El enfoque antropológico-filosófico: Lluís Duch

Después de haber presentado sumariamente el pensamiento de Alfred Schütz, Albert Bandura y Claudio Esteva Fabregat, mencionaremos también, brevemente, el de Lluís Duch. Es importante decir que, a diferencia de los tres autores examinados anteriormente, Duch introduce una distinción entre las diversas instituciones socializadoras que da acceso a una comprensión más completa del proceso que nos ocupa. Para él, existen una serie de recursos, llamados *estructuras de acogida*, que son factores esenciales para la constitución de lo humano. Pero ¿qué son las estructuras de acogida? Las diversas instancias que, en las sucesivas etapas de la vida y en los diferentes niveles del desarrollo físico y mental del individuo, “acogen al ser humano y le permiten que sea capaz de empalabrarse él mismo y también de empalabrar –constituir– la realidad”.²²⁴ De manera que una de las funciones principales de estas estructuras sería de carácter transmisor y comunicativo, ya que permiten el desvelamiento de la forma de vivir propia²²⁵ y el desarrollo armonioso de las diversas etapas de los humanos.²²⁶ Todo se inicia en la observación de que las estructuras de acogida permiten a los seres humanos pasar del caos al cosmos y de la naturaleza a la cultura, como ya

²²³ Este argumento, como veremos en el segundo capítulo es el que nos hace desechar el concepto identidad nacional.

²²⁴ L. Duch (2010) *op. cit.*, pp. 119-120. (T. d. A.).

²²⁵ L. Duch (2010) *op. cit.*, p. 119.

²²⁶ L. Duch (2010) *op. cit.*, p. 118.

anunciamos anteriormente. Y es que, en efecto, desde su nacimiento, el ser humano necesita ser acogido, pues poco a poco va construyendo sus identificaciones en un proceso inacabado.²²⁷ Por eso, Lluís Duch reclama una visión de la sociedad flexible, en la que ni ésta ni sus miembros pueden ser entendidos en términos de rígidas estructuras apriorísticas, ya que forman siempre “parte de un proceso con un conjunto de etapas provisionales e históricamente indeterminadas”.²²⁸ Para el autor, nuestros sistemas genéticos y culturales son sistemas abiertos, influenciables, creativos y no determinados de antemano.²²⁹ En este sentido, las estructuras de acogida son ‘elementos relacionales’ que, en y desde el *presente* de los individuos y las colectividades, permiten a los individuos y a las colectividades el establecimiento de unas vinculaciones creativas con un *pasado* que no se ha agotado completamente.²³⁰

Según la tipología ofrecida por Duch existen cuatro estructuras de acogida, que gracias a las acciones comunicativas se ponen en movimiento y evidencian la inherente polifonía del ser humano. La primera de ellas es la *codescendencia*, que se podría resumir con el concepto ‘familia’²³¹ y que para el autor es “el lugar privilegiado donde el ser humano suele aprender a configurar, interiorizar y aplicar la ‘gramática de los sentimientos’”.²³² La segunda es la *corresidencia*, que podría sintetizarse con el término ‘ciudad’, lugar donde se encuentra la vivienda y donde se hallan las instituciones significantes como la escuela, la universidad, la política, el trabajo, las asociaciones culturales y las deportivas.²³³ La *cotrascendencia* es la tercera de las estructuras y se podría condensar con la sigla ‘religión’, que para el autor “se refiere a aquella acogida y reconocimiento que hace posible que, al

²²⁷ L. Duch (2010) *op. cit.*, p. 117. Este carácter inacabado del ser está muy vinculado con la idea de F. Nietzsche de que el hombre es un ‘animal no fijado’.

²²⁸ L. Duch (2010) *op. cit.*, p. 119. (T. d. A.).

²²⁹ L. Duch (2010) *op. cit.*, pp. 121-122.

²³⁰ L. Duch (2010) *op. cit.*, p. 123.

²³¹ Como menciona el autor: “Desde siempre –sean cuales sean las modalidades y las peculiaridades que haya podido adoptar– la familia ha constituido una célula social y cultural imprescindible y, en términos generales, es la más influyente de la existencia humana porque en ella y por medio de ella, negativamente y positivamente, se efectúan las transmisiones más decisivas y persistentes para la vida de los individuos y de los grupos humanos”. L. Duch (2010) *op. cit.*, p. 127. (T. d. A.).

²³² L. Duch (2010) *op. cit.*, p. 128.

²³³ L. Duch (2010) *op. cit.*, p. 145.

margen de las convicciones personales de cada uno, individuos y grupos humanos se agrupen alrededor de un mismo tipo de creencias y de prácticas simbólicas”.²³⁴ La cuarta y última de ellas, la *comediación*, es la que reviste mayor interés en el desarrollo de nuestra propuesta. Según ésta, los medios de comunicación funcionan como agentes socializadores de gran importancia. Por consiguiente, no podemos olvidar, que los medios actúan cada vez más como contexto dominante no sólo de las prácticas culturales de comunicación y transmisión, sino también con sectores de la existencia humana que están vinculados con la intimidad de las personas, con sus sueños y fantasías y con su visión del mundo,²³⁵ como ha sugerido Lluís Duch.

A esto responde que la televisión, por ejemplo, tenga una importancia crucial en la construcción de los individuos y los grupos, ya que incluso se puede afirmar que los medios “se han convertido en las entidades transmisoras más importantes de nuestra sociedad, a menudo con un carácter incluso monopolista, que subrepticamente, tiende a desarticular y ridiculizar la labor de las tres estructuras de acogida clásicas”.²³⁶ No cabe duda de que los discursos mediáticos se encuentran bañados de poder e inspiran una confianza y credibilidad absoluta en muchos sentidos.²³⁷ En palabras de Duch: “La televisión articula una ‘visión del mundo’ que tiene –y esto suele ser frecuente en las formas de vida basadas exclusivamente en la emocionalidad– un carácter imperialista y excluyente de todas las demás propuestas de vida”.²³⁸ Es innegable, por tanto, que cualquier clase de sentimientos, afectos, aberraciones y asuntos familiares, sin ningún tipo de pudor, son susceptibles de ser comercializados y consumidos.²³⁹

Sin embargo, el verdadero problema es que las tres estructuras de acogida clásicas han sido desplazadas por la *comediación*, relegando muchos de los valores positivos, como la confianza, la compasión y la amistad que la *codescendencia*, la *corresidencia* y la *cotrascendencia* transmitían.²⁴⁰

²³⁴ L. Duch (2010) *op. cit.*, pp. 154-155. (T. d. A.).

²³⁵ L. Duch (2010) *op. cit.*, pp. 158-159

²³⁶ L. Duch (2010) *op. cit.*, p. 160.

²³⁷ El autor recuerda la típica frase que condensa este hecho: “Lo ha dicho la televisión”.

²³⁸ L. Duch (2010) *op. cit.*, p. 161.

²³⁹ L. Duch (2010) *op. cit.*, p. 162.

²⁴⁰ L. Duch (2010) *op. cit.*, p. 163.

Observaciones parecidas podemos hallar desde los estudios de comunicación. Precisamente, la hegemonía de los medios como ‘agentes socializadores’ ha sido puesta de manifiesto por la Escuela de Annenberg, a partir del pensamiento de George Gerbner, quien considera que los medios están desplazando a las tradicionales instancias socializadoras como la familia, la Iglesia o la escuela.²⁴¹ A nuestro entender, la preponderancia de cualquiera de las estructuras de acogida no tendrá buenos resultados. Por eso, quizás la complementariedad sea la vía más oportuna para que el ser humano adquiera su socialización de manera efectiva y satisfactoria. En fin, que el imperio de cualquier clase de discurso nunca es bueno, del mismo modo que el predominio de una sola estructura tampoco lo es. De esta sumaria panorámica conceptual resulta evidente que los medios ocupan un lugar fundamental en los procesos de socialización e identificación de los individuos, constatación sobre la que volveremos en los capítulos precedentes.

1.6. RECAPITULACIÓN

Podemos concluir este primer capítulo subrayando el hecho de que el ser humano conoce y construye la realidad cotidiana mediante símbolos, mitos, metáforas, en fin, mediaciones. Además debe tenerse presente que toda identificación, como iremos detallando en los próximos capítulos, es, eminentemente, simbólica en tanto representa, define o hace presente aquello que está ausente y que necesita hacerse inteligible. Por eso, resulta oportuno referirse a los procesos de identificación como fenómenos individuales y colectivos que se nutren de las figuraciones mediáticas. A nuestro juicio, la logomítica ofrece un marco comprensivo fundamental para la elucidación de nuestro objeto puesto que propone una dialéctica que nos permite superar las dicotomías que iremos planteando entre la esencia y la existencia, el interior y el exterior, la mente y el cuerpo, lo individual y lo colectivo, lo personal y lo social, la objetividad y la subjetividad... A lo largo de

²⁴¹ Cf. G. Gerbner *et al.* (1980) “Aging with Television.” *Journal of Communication*, 30(1), 37-47.

la presente tesis trataremos de trascender estas separaciones y argumentaremos a favor de una visión integradora y dialéctica de los procesos que nos ocupan. Además, es importante tener en cuenta que los medios son instituciones socializadoras o estructuras de acogida gracias a las cuales el ser humano puede aprender y comprender su entorno circundante. Los medios proponen maneras de significar la realidad y tipificaciones acerca de lo que es el *yo* y lo que son los *otros*, imágenes fundamentales en los procesos de identificación, como iremos viendo.

Capítulo II

Hacia una genealogía de las identificaciones

2.1. INTRODUCCIÓN

A continuación nos adentraremos en el estudio de los diferentes sentidos otorgados a las identificaciones o procesos de identificación. A este respecto, y para conocer a fondo el proceso que nos ocupa, hemos considerado del todo necesario realizar un estado de la cuestión sobre la yoidad y sus muy diversas interpretaciones, a la luz de diferentes tradiciones epistemológicas. Así como en el capítulo precedente describíamos cuestiones fundamentales sobre el enfoque desde el que abordaremos este estudio, en el presente analizaremos las diferentes teorías sobre el *yo* para poder situarnos en el terreno y asirnos con firmeza a él. En efecto, a partir de los aspectos desarrollados aquí pretendemos dejar clara nuestra propuesta comprensiva e interpretativa sobre las identificaciones. En principio puede ser conveniente que, de forma breve, nos planteemos algunas cuestiones en torno a los conceptos de persona e individuo. Resulta harto evidente que existen innumerables enfoques para aproximarnos a la temática que nos ocupa. Por ello, con el fin de elucidar nuestro objeto de estudio, desarrollaremos las que, a nuestro juicio, son las tres perspectivas más relevantes sobre la yoidad: la visión esencialista o interior, la existencialista o

exterior y la interpretativa o narrativa. Aunque a primera vista estas tres visiones sean radicalmente diferentes, para nosotros aportan elementos comprensivos fundamentales que constituirán la base de la argumentación posterior desarrollada en los capítulos III y IV. Conviene añadir que un apartado centrado en el estudio de la yoidad no puede perder de vista el importante papel del cuerpo y la corporeidad. Por este motivo, hemos dedicado el apartado final de este capítulo a subrayar el alcance de esta matriz semiótica que permite a los sujetos identificarse y que como veremos es fundamental en la dialéctica entre las narrativas mediáticas y los procesos de identificación.

2.2. PREÁMBULO: LA CONDICIÓN DE PERSONA Y LA CONDICIÓN DE INDIVIDUO

Aunque en apariencia las palabras persona o individuo pertenezcan al vocabulario de las identificaciones personales y podrían, en principio, parecer sinónimas, en este apartado clarificaremos las diferencias que existen entre ambas desde una perspectiva antropológico-filosófica y señalaremos las posibles connotaciones que aportan a un estudio sobre las identificaciones. Si bien es cierto que en Occidente las principales corrientes de pensamiento psicológico y antropológico han demarcado dos tradiciones diversas (una en relación a la persona, otra en relación al individuo), a continuación realizaremos una exploración sobre estas nociones para justificar por qué preferimos hablar de las identificaciones personales, y no de individualidad o de identidad individual. Aunque pueda parecer irrelevante, esta clarificación conceptual es para nosotros clave, ya que nos permite desarrollar las bases de nuestra propuesta teórica, como iremos viendo.

Partimos de la concepción teórica sostenida por la antropología y la sociología –y en cierta medida también por la psicología social– que diferencia al individuo (producido por la naturaleza) del sujeto (producido por la cultura). Mientras que las teorías del individuo se centran en las diferencias entre ellos y explican estas últimas como una consecuencia natural; las teorías del sujeto se concentran en las experiencias comunes de las personas en una sociedad y en la manera en que éstas explican quiénes

son¹ (o quiénes creen ser), y cuestionan lo que las hace únicas y diferentes a sus semejantes. Las teorías del sujeto o de la persona constituirán, por tanto, el horizonte de nuestra exploración, ya que como hemos señalado los procesos de construcción de identificaciones que nos interesan son aquellos que guardan relación con los símbolos o los artefactos culturales, y no con los físicos o naturales.²

Para acercarnos a la noción de persona recurriremos a su raíz etimológica, ya que su definición es muy ilustrativa para advertir el enfoque que nos concierne, que iremos desarrollando en lo sucesivo. Se dice que persona viene de *prosopon*, palabra griega que significa máscara teatral, o lo que es lo mismo, máscara a través de la cual o por la que resuena la voz del actor. Tal y como apunta el estudioso Jean-Pierre Vernant, el término griego *prosopon* representa lo que se muestra de sí a la mirada de otro, la figura individualizada ofrecida a cualquiera que nos aborda de frente y que es, de esta manera, el sello de nuestra identidad.³ En este sentido, tal y como menciona el sociólogo Erving Goffman –uno de los autores centrales en nuestra argumentación ulterior– este significado atribuido a la palabra no parece ser un hecho eventual: “Probablemente no sea un mero accidente histórico que el significado original de la palabra persona sea máscara. Es más bien un reconocimiento del hecho de que, más o menos conscientemente, siempre y por doquier, cada uno de nosotros desempeña un rol”.⁴

De igual forma, el antropólogo e investigador Joan Prat relaciona la aparición de la idea del *yo* con la puesta en escena de diversas máscaras, que pueden entenderse como actitudes o personalidades, y señala que “serán los latinos o mejor los etruscos los que primero elaboran esta noción, ligada a las

¹ Esta disquisición teórica es bien explicada por J. Fiske (1987) “British Cultural Studies and Television” en R. D. Allen (ed.) *Channels of Discourse, Reassembled*. Chapel Hill, NC: The University of North Carolina Press, p. 288.

² Descartamos aquí cualquier clase de aproximación biológica, genética o neuronal, que por motivos obvios resultaría demasiado ambiciosa y a la vez distante de nuestro objeto de estudio.

³ J.-P. Vernant (1989) *L'individu, la mort, la amour*. París: Gallimard, p. 118.

⁴ E. Goffman (1959) *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu, p. 31.

máscaras trágicas, a los antepasados y al ritual en general”.⁵ Sin embargo, independientemente de la cuestión etimológica, es decir, de si el término procede del griego *prosopon* –máscara teatral–, del etrusco *persum* –cabeza o cara– o del latín *personare* o *per se una* –unidad sustantiva–, interesa recordar que Cicerón en su tiempo ya distinguía cuatro acepciones del término⁶. Aunque no las definamos aquí, sí que nos sirven para evidenciar las dificultades que el término ‘persona’ ya planteaba –y sigue planteando– y la imposibilidad de los autores de dar una sola definición como válida.

Incluso hay algunos investigadores que consideran que esta noción podría ser una invención occidental. Y es cierto que nosotros mismos hemos marcado su nacimiento con los etruscos, cuna de la civilización romana. Para Walter D. Mignolo, por ejemplo, la palabra persona tiene la posibilidad de simbolizar una cuestión universal, pero no es equiparable, en ningún caso, a la manera en la que se piensan a sí mismos los miembros de comunidades no occidentales. Como él ha mencionado: “El concepto de ‘persona’ ligado a un relato, a la biografía, es un concepto ajeno a las comunidades amerindias tanto del norte como del sur de América”.⁷ Pero, independientemente de las diferentes concepciones posibles según la cultura en la que los individuos se inserten –es evidente que nosotros nos ceñiremos a las aportaciones y las concepciones occidentales del término–, este concepto ha ido evolucionando en lo que respecta a su estructura. Es más, ha pasado de ser una *substancia individual de naturaleza racional*, como la definiría Boecio,⁸ a ir abandonando paulatinamente su estatuto sustancialista para convertirse en un centro de operaciones dinámicas, bien sean éstas de tipo volitivo bien sean de tipo racional.

Desde una perspectiva antropológica, la persona es lo más propio y persistente de un sujeto humano concreto, por ello no es generalizable ni

⁵ J. Prat (2007) *Los sentidos de la vida*. Barcelona: Ediciones Bellaterra, p. 84.

⁶ J. L. Pinillos (1975) *Principios de psicología*. Madrid: Alianza Universidad, p. 600.

⁷ W. D. Mignolo (2001) “Identidades asignadas, identidades reclamadas” en M. Dascal *et al.* (eds.) *La pluralidad y sus atributos*. Madrid: Fundación Duques de Soria, pp. 180-181. Mignolo describe su concepto en oposición al de Anthony Giddens: persona entendida como biografía, que es precisamente el que nosotros apoyamos.

⁸ Boecio (2002) *Cinco opúsculos teológicos (Opuscula Sacra)*. Lima: Fondo Editorial de la PUCP.

puede hallar expresión algorítmica operable. Además, puede ser entendida como el referente del término *yo*, y no sólo como una simple conciencia o *núcleo consistente vivo de la mismidad singular* del sujeto. Este es un ente que se experimenta a sí mismo –*autoconciencia de ser sujeto*–, como un ‘punto de vista sobre el mundo’ base de su ser o sentirse ‘responsable’.⁹ La persona sería como un centro de acción, conjunto o sistema de comportamientos que –como señala Alfredo Fierro– pertenecería al universo de los fenómenos, de los hechos y los procesos manifiestos; pero nunca al universo de las esencias, sustancias invisibles o ‘cosas en sí’.¹⁰ Como expresa el autor en *Para una ciencia del sujeto*: “La persona, la personalidad, no es una realidad sola y única; es muchas realidades, muchos sucesos o propiedades reales de la conducta, de la acción humana”.¹¹

De forma muy parecida, desde el punto de vista de la psicología clásica, la personalidad es el sistema completo motivacional, actitudinal y de comportamiento que caracteriza nuestra manera de actuar en el mundo. Además, como apunta Dan McAdams, está construida de particularidades, valores, motivos y muchos otros procesos y constructos¹² que son clave para su comprensión, entre los que se encuentran, sin duda, la comunicación mediática.

El pensamiento del filósofo de origen austriaco, Martin Buber,¹³ ilustra bien las diferencias entre la noción de persona y la de individuo. Para él, la persona es la subjetividad auténtica. De hecho, adquiere conciencia de sí misma como ser en sí y podría resumirse como: ‘Yo soy’. Es importante señalar que la persona de Buber es fruto de las relaciones con otros seres, es decir, es en el hecho mismo de ser o mejor existir. Dicho de otra forma, la persona se construye en la acción y en la interacción. Por el contrario, el individuo singular no tiene por qué devenir producto de la interrelación con

⁹ L. Cencillo (1993) “Personalidad” en A. Aguirre Baztán (ed.) *Diccionario temático de antropología*. Barcelona: Boixareu Universitaria, p. 494.

¹⁰ A. Fierro (1993) *Para una ciencia del sujeto*. Barcelona: Anthropos, pp. 30-31.

¹¹ A. Fierro (1993) *op. cit.*, p. 71. Esta perspectiva aporta sin duda un matiz que retomaremos a lo largo de las páginas de esta tesis: la ‘pluralidad’. Desde nuestra concepción –como veremos más adelante– dicha pluralidad es inherente a la noción de ‘identificación personal’.

¹² D. P. McAdams (1993) *The Stories We Live By*. Nueva York, NY: Guilford Press, p. 266.

¹³ M. Buber (1949) *¿Qué es el hombre?* México: FCE; y (1993) *Yo y tú*. Madrid: Caparrós.

el mundo externo, ya que es tan sólo mero sujeto y adquiere conciencia en cuanto ente que es así y no de otra manera. Sería algo como: 'Yo soy así y no de otro modo', o lo que es lo mismo, el individuo es fruto de su naturaleza. A pesar de que esta visión parezca en principio dualista, ya que distingue entre el ser en la existencia (la persona) y el ser en la mismidad (el individuo), para Buber no consta tal dicotomía. Su división entre la condición de persona y la de individuo singular forman parte de las dos caras de la existencia humana, los dos polos hacia los que tiende el ser, puesto que ningún hombre es puramente persona ni ninguno puramente individuo singular.¹⁴

Ambas nociones, que hemos explorado en relación al *yo*, tienen un eje de conexión de gran importancia con el *nosotros* y con el *otro*, tres imágenes que estudiaremos en relación con su configuración mediática. Ser un *yo* como ente existente o ser un individuo es, al fin y al cabo, ser como todos los seres que nos rodean. La realidad sustancial es la misma: todos somos seres humanos y no animales, ya que tenemos autoconciencia y capacidad simbólica y comunicante, como vimos en el capítulo I. Además, no somos meros entes que realizan actos instintivos, sino que tenemos un concepto de persona o personalidad que nos hace únicos y que nos permite relacionarnos con los demás.

Quizás sea preciso matizar que el término persona no necesariamente es de carácter individual y puede ser de carácter colectivo como han señalado algunos interaccionistas simbólicos como George H. Mead, Herbert Blumer o Victor Turner, entre otros, como profundizaremos más adelante. En relación a este principio antropológico la pregunta fundamental, "¿quién soy?", que trataremos de responder en el presente capítulo, emerge desde el centro de la subjetividad como una tendencia constitutiva al ser humano. Junto a ésta, surge otra cuestión esencial que es la necesidad de comunicarse con otros, o lo que es lo mismo, la de ponerse en palabras y explicar a otros quién soy, que será también otra de las claves de la argumentación propuesta.

¹⁴ M. Buber (1949) *op. cit.*

2.3. LAS DIFERENTES CONSTRUCCIONES DEL YO: LA EVOLUCIÓN Y TRANSFORMACIÓN DE UN CONCEPTO

Como diría Charles Taylor ser un *yo* o una persona dada está esencialmente definido por la manera en que las cosas son significativas para uno mismo.¹⁵ Por ello, es preciso detenerse y explorar a fondo el alcance y el sentido de este concepto puesto que se halla en la base de nuestra argumentación. Mediante esta aproximación descriptiva y analítica pretendemos cuestionar el estatuto ontológico de la identificación. Además analizaremos el lugar que ésta ocupa para más adelante proceder al estudio del vínculo que existe entre ésta y los medios de comunicación.

A continuación, realizaremos un recorrido por las diferentes interpretaciones de las identificaciones a la luz de diferentes tradiciones epistemológicas. A fin de resolver la cuestión sobre el lugar y el significado de esta noción, desarrollaremos una síntesis de las aportaciones que nos han resultado más importantes. Somos conscientes de que este cometido podría ser en sí mismo objeto de una tesis completa, sin embargo, en nuestro caso tan solo será la base, el estado de la cuestión, que nos permitirá exponer y explorar el fenómeno que tratamos y que iremos precisando en los capítulos precedentes.

2.3.1. La visión esencialista: el *yo* interior

Diversos autores han definido al sujeto como uno y han considerado sus pautas como esenciales, independientemente de sus construcciones mentales o de su contexto y entorno psicosocial y cultural. Como nuestros propósitos son constructivos –explorar la evolución del concepto desde una perspectiva interpretativa– no demoraré mi proyecto con un prolongado análisis histórico que documente los orígenes y el desarrollo del paradigma esencialista. Empero, es importante comprender la orientación epistemológica que ha conducido, en parte, a la devaluación de las teorías

¹⁵ Ch. Taylor (1996) *Fuentes del yo*. Barcelona: Paidós, p. 50

interpretativas sobre el sujeto. Entendemos por ‘esencialismo’ aquella tendencia filosófica que apoya la presencia de un ente unitario que prevalece por encima de la experiencia empírica, es decir, la existencia de una esencia o substancia inmutable que el sujeto tiene asignada y no puede cambiar. En cierta medida, el esencialismo es coextensivo al inmanentismo, es decir, a la permanencia constante e inalterable de las cosas tal cual son.

La idea de sujeto o persona (*selfhood*) como sustancia estanca, indisoluble y eterna, es decir, que viene con el nacimiento y se va con la muerte, nos transporta a una serie de planteamientos metafísicos propios de la ontología dogmática. Para ilustrar esta manera de entender al *yo*, mencionaremos algunas aportaciones filosóficas básicas. Inicialmente, podríamos referir las contribuciones de Parménides, considerado entre los expertos¹⁶ estudiados el primer autor que refiere el carácter de permanencia del ente.¹⁷ El filósofo griego entiende la yoidad como una esencia idéntica a sí misma a través del tiempo. De ahí, en parte, que este concepto fuese llamado identidad, y de ahí también que nosotros lo rechacemos por sus orígenes inmanentes como veremos. Recordemos que ‘identidad’ es un vocablo cuya etimología latina viene de la palabra *identitas*, y ésta a su vez de *idem*, que alude a lo que es ‘lo mismo’.¹⁸ Además, Parménides centra su tesis en la defensa de la unidad de “lo que es”, o sea, señala que toda cosa es igual a sí misma, es decir, idéntica. En su famoso *Poema* refiere la persistencia del *yo* pese a los cambios y el transcurso del tiempo, y se expresa de esta manera: “Es necesario decir y pensar que lo ente es... y que la nada no es”.¹⁹ El ser es para el autor, por lo tanto, único y esencial, inherente e inamovible, completo y total. Pero la plenitud que este autor del siglo VI a. C. otorgó al principio ontológico de identidad tuvo mayor trascendencia de la que parece: el principio de este concepto en filosofía quedó relegado y la mayoría de los

¹⁶ J.-F. Revel (1993) *Histoire de la philosophie occidentale*. París: Nil, pp. 63-69.

¹⁷ N. Abbagnano (1973) *Historia de la Filosofía*. Barcelona: Montaner y Simón; J. Hirschberger (1982) *Historia de la Filosofía*. Barcelona: Herder; J. Ferrater Mora (1973) *Diccionario de Filosofía*. Buenos Aires: Editorial Sudamérica.

¹⁸ Si seguimos las aportaciones de Paul Ricoeur, la identidad sería lo que es igual a sí mismo, y que tiene como contrarios: otro, distinto, diverso, desigual, inverso. P. Ricoeur (1996) *Sí mismo como otro*. Madrid: Siglo XXI.

¹⁹ F. Cubells (1965) *Los filósofos presocráticos*. Valencia: Anales del Seminario de Valencia.

autores sucesivos lo dieron por válido. De hecho, durante la Grecia clásica (siglos V y IV a. C.) autores como Sócrates o Platón sentaban las bases de la noción de interioridad. A pesar de que para el griego de la época clásica toda la existencia era visible y audible, es decir, todo se manifestaba de manera exterior, hacia los *otros*, ya desde Platón²⁰ se podían intuir algunas diferencias insondables entre el cuerpo, situado en el exterior y entendido como cárcel opresora, y el alma o substancia esencial, situada en el interior. Ya en la época romana, bajo la influencia de filósofos morales, estoicos y epicúreos, tales como Séneca, Plinio o Epicteto, la idea de interioridad continuó vigente y se comenzó a tornar incluso reflexiva. La aparición de la conciencia y la moral distanció al individuo de su papel en la comunidad o de su status social, permitiéndole abandonarse a la búsqueda del sí mismo. Como ha señalado el teórico y filósofo del lenguaje, Mijail Bajtín, “sólo en la época helenística y romana comienza el proceso de paso de esferas enteras de la existencia, tanto en el hombre mismo como fuera de él, hacia un *registro mudo y una invisibilidad esencial*”.²¹ Esta idea de reflexividad comenzó a difundirse y fue la que comenzó a predominar en los primeros siglos de nuestra era.

De hecho, la búsqueda reflexiva del *yo* individual es vista por algunos autores como el nacimiento del primer sujeto moderno. Es así como el antropólogo Marcel Mauss sostiene que el nacimiento de la idea moderna del *yo*, es decir, “un ser responsable, consciente independiente, autónomo y libre”,²² comenzó a aparecer con el ascenso del Cristianismo.²³ La unidad moral que otorga la religión cristiana a los sujetos en esta época y su vínculo con la espiritualidad fueron elementos clave para comprender por qué la *yoidad* permanecía en el ámbito privado sujeta a las experiencias místicas. Y

²⁰ Tal y como menciona Pedro Laín Entralgo, “cuando Sócrates propone a los griegos ‘conócete a ti mismo’ pone al descubierto el gran secreto meridional. Pero el griego sólo conoce al prójimo –el yo visto desde fuera– y su yo es, en cierta modo un tú. Platón no usa apenas, y nunca con énfasis la palabra *yo*. En su lugar habla de *nosotros*. No se ensimisma en lo que los filósofos poscartesianos llaman el yo –en su yo personal–, sino en el alma, que para un moderno es una suerte de ‘cosificación’ del yo.” P. Laín Entralgo (1983) *Teoría y realidad del otro*. Madrid: Alianza, p. 21.

²¹ M. Bajtín (1975) *Teoría y estética de la novela*. Madrid: Taurus, p. 287.

²² M. Mauss (1979) *Sociología y antropología*. Madrid: Tecnos, pp. 78-84.

²³ Podríamos situar este ascenso con la promulgación del Edicto de Milán 313, por el cual se establecía la libertad de religión en el Imperio Romano.

es que el ascenso de las creencias filosóficas y religiosas fue fundamental para el desarrollo de un *yo* interior reflexivo, llamado por Claude Dubar 'sí-mismo reflexivo',²⁴ de carácter autónomo que se expresa en su ámbito predilecto: el de la religión y la filosofía moral. Este *yo* reflexivo se distancia de las categorías estatutarias y sociales, como veremos más adelante, propias del hombre primitivo y del medieval.

Pero no podemos olvidar que el sí mismo reflexivo es una concepción que tardará en desvincularse del influjo externo, propio de las sociedades comunitarias como explicaremos en el próximo apartado. Ahora bien, es importante matizar que, a pesar de que tanto la concepción interior como la exterior parezcan tendencias propias de una época o una perspectiva teórica, en ocasiones se alternan y a veces incluso se superponen. Por ejemplo, es significativo cómo, incluso, *Las confesiones* de Agustín de Hipona, ya en el siglo IV a. C. no pudieron ser leídas en su época hacia dentro y en soledad, sino que, como menciona Bajtín, eran declamadas en voz alta: "Tan vivo está todavía en la forma, el espíritu de la plaza pública griega, en la que se conformó, por primera vez, la conciencia de sí mismo el hombre europeo".²⁵ Por eso, podemos decir que las claves principales del pensamiento de Agustín son la interioridad y la inmutabilidad. No obstante, el autor superó el espiritualismo helénico, ya que para él la cárcel del alma no es el cuerpo, sino el cuerpo corruptible.²⁶ Agustín distingue entre el hombre interior –el alma– y el hombre exterior, que para él es lo corporal, lo que tenemos en común con las bestias incluyendo los sentidos y la memoria del exterior. En este fragmento de *Las confesiones* es evidente la dicotomía: "¿Tú quién eres?" Y respondí: "Soy un hombre". Por eso tengo un cuerpo y un alma; el uno, exterior; la otra, interior.²⁷ De todos modos, no podemos olvidar que la interiorización que se realiza en la Edad Moderna, heredera de Descartes, difiere mucho de la de Agustín.²⁸

²⁴ Así lo ha llamado C. Dubar (2002) *op. cit.*

²⁵ M. Bajtín (1975) *op. cit.*, p. 287.

²⁶ Cf. San Agustín (2003) *Las confesiones*. Madrid: Akal.

²⁷ San Agustín (2003) *op. cit.*, l. X, cap. VI, p. 241.

²⁸ Ch. Taylor (1996) *op. cit.*, pp. 159-161.

Si bien es cierto que todas estas concepciones esencialistas de la yoidad se encuentran muy relacionadas con la tradición del *yo* interior, aquella que entiende que la conciencia del sí se halla dentro del ser y es inmutable, no será hasta la modernidad cuando se produzca un punto de inflexión respecto a los planteamientos nominalistas. Con el fin de desarrollar claramente la perspectiva interior es importante detenerse en el impacto del cartesianismo en la constitución de la subjetividad. De hecho, no fue hasta Descartes –con *El discurso del método* en 1637– cuando comenzó a proliferar una concepción interna del *yo* como unidad racional, independiente y autónoma, matices impensables anteriormente. Las aportaciones del filósofo fueron cruciales y, quizás, son las más importantes para comprender la definición de la interioridad y cimentar la visión moderna del *yo* interior, aquella que da por vez primera una importancia crucial al *yo* como instancia autónoma y como fuente creadora. No olvidemos que Descartes sitúa las funciones morales dentro de nosotros y distingue entre lenguaje interior y exterior, hecho que no figura en Platón ni en ninguno de los moralistas antiguos. Muchos estudiosos del cartesianismo, como Salvador de Broccà, consideran a Descartes deudor de la primera definición ‘moderna’ del *yo* e impulsor del ‘yoismo’.²⁹ A la luz de esta corriente de pensamiento, que se convirtió en una de las claves del pensamiento ilustrado, el *yo* (como entidad pensante) es el centro del universo y la realidad originaria de todo posible saber. Esta cuestión teórica será central para nuestro análisis posterior sobre el narcisismo actual y sobre las nuevas formas de narración egotistas en los entornos virtuales. Recordemos que el *yo* ilustrado es, por tanto, una instancia autónoma y, sobre todo, el valor supremo, la fuente de todo conocimiento posible. Aquí, el sujeto pensante vive, siente y forma su ‘identidad’ a partir de su propio *yo*. Recordemos que ya desde el Renacimiento, como ha expresado el investigador Hendrik Marinus Ruitenbeek, comenzó a aumentar el número de personas que se sentían incómodas con sus identificaciones:

²⁹ S. de Broccà (1990) *Historia de la Filosofía*. Tarragona: Edicions de la Facultat de Filosofia i Lletres de Tarragona, p. 257.

“Necesitaban buscar la identidad por otras vías. Los individuos tomaban conciencia de sí mismos considerándose dotados más bien de una interioridad singular a la cual era preciso expresar y dar existencia, que del alma que habían nacido como todos los demás hombres”.³⁰

Esta tendencia, que trata de separarse del linaje heredado, no es más que un ansia porque la persona se cree y se encuentre a sí misma. Pero no olvidemos que para alcanzar plenamente esta individuación es preciso ser libre, y la libertad es, como ha expresado Ruitenbeek, una consigna de los siglos XVIII y XIX.³¹ En su *Discurso sobre el método*, obra cumbre del siglo XVII, Descartes extremó la importancia del *yo* [*Je pense, donc je suis*], generando la idea de que existían dos ámbitos separados a los que se refiere con sus términos ‘res cogitans’ y ‘res extensa’. La ‘res cogitans’ se encuentra en la interioridad, y aquí es donde se encuentra el “yo pienso”. Y es que para Descartes el *yo* está fuera del mundo de la experiencia. Veamos cómo se refiere a la yoidad:

“Deduje de ello que yo era una substancia cuya esencia toda o naturaleza es sólo pensar y la cual para existir no necesita de lugar alguno ni depende de ninguna cosa material; de manera que este yo, esto es el alma, por la que yo soy lo que soy, es enteramente distinta del cuerpo e incluso que ella es más fácil de conocer que aquél, y que aun cuando no lo fuese no dejaría de ser cuanto ella es”.³²

Sin embargo, algunos teóricos más contemporáneos señalan que la brecha de subjetividad, o la certeza que Descartes depositó en su “yo pienso” y en la idea del *cogito*, dejó tres problemáticas sin resolver: el *yo* continuaba dependiendo de Dios como instancia trascendente y garante; el *yo* estaba solo: no había otro ni raíz colectiva; y el *yo* era puro espíritu falto de cuerpo.³³ En su momento, los empiristas británicos fueron los primeros en desconfiar de las aportaciones de Descartes, ya que para ellos las experiencias sensoriales y la percepción eran la base del acceso al conocimiento. De hecho,

³⁰ H. M. Ruitenbeek (1967) *El individuo y la muchedumbre*. Buenos Aires: Paidós, p. 72.

³¹ H. M. Ruitenbeek (1967) *op. cit.*, p. 83.

³² R. Descartes (1939) *Discurso del método*. Madrid: Espasa-Calpe, p. 81.

³³ C. Dubar (2002) *op. cit.*, p. 32.

los discípulos del filósofo Francis Bacon, John Locke y David Hume, no tardaron en abordar dichos planteamientos y discrepar sobre el *cogito* cartesiano. Aunque podríamos decir que tampoco avanzaron demasiado respecto al análisis de la yoidad, tal y como veremos a continuación. En su *Ensayo sobre el entendimiento humano*, Locke otorga mayor importancia a la conciencia que a la sustancia y refiere que la yoidad es para consigo misma: “Yo soy yo mismo para mí mismo”.³⁴ Y es que para él, la percepción de sí mismo es la característica esencial y definidora de la persona, entendida como ser inteligente que piensa, que cuenta con razón y reflexión, y se puede considerar a sí mismo como un ente pensante en diferentes tiempos y lugares.

Para David Hume³⁵ también existe un solo modelo de yoidad: la mismidad. En su *Tratado sobre la naturaleza humana*, el autor expresa que la plena conciencia del *yo* es imposible. En relación al conocimiento del sí (como concepto fenomenológico) él plantea que el “sí mismo” no es más que un haz de percepciones: “Nunca puedo atraparme a *mí mismo* en ningún caso sin una percepción, y nunca puedo observar otra cosa que la percepción”.³⁶ Su mirada introspectiva no sólo le permite descubrir que su *yo* es inexistente metafísicamente hablando, sino que incluso llega a aseverar que los demás seres humanos no son sino un haz o colección de percepciones diferentes en perpetuo flujo y movimiento. Aunque esta visión fuese un tanto extremada para la época, quizás sentara las bases de algunos ideólogos, que siglos más tarde, proclamaron la dispersión o fragmentación del sujeto.

Con el auge del Romanticismo en el norte y el centro de Europa, el *yo* adquirió un estatuto diferente al de la Ilustración. El *yo* romántico o conciencia individual, ya no se nos presenta como una totalidad perfecta, sino que nos invita a explorar las sinuosidades y contrariedades de la propia interioridad. La epistemología kantiana y las aportaciones de los idealistas Georg Hegel y Johann Fichte,³⁷ sobre todo, devolvieron al estudio del sujeto

³⁴ J. Locke (1980) *Ensayo sobre el entendimiento humano*. Madrid: Editora Nacional, p. 501.

³⁵ D. Hume (1981) *Tratado de la naturaleza humana*. Madrid: Editora Nacional.

³⁶ D. Hume (1981) *Tratado de la naturaleza humana*. Madrid: Editora Nacional, p. 399.

³⁷ Para Fichte, idealista trascendental, el *yo* de cada hombre pone el no-*yo*. El *yo* de Fichte es ojo y no espejo. La yoidad es la posición de un fin, un propósito. Es importante la distinción

un estatuto primordial, situándolo en un primer término de análisis. Aunque Kant acepta en cierta medida la concepción que los empiristas tenían sobre el acceso a la experiencia, con su noción de sustancia recuerda que existe una unidad primera y auténtica, que es el *yo (Selbst)*.³⁸ El *imperativo categórico* fundamenta la posibilidad de un *yo* autónomo correlativo a un nosotros universal basado en la igualdad y la fraternidad, y permite de esta manera la cimentación de la autonomía del sujeto moral y, por lo tanto, de la yoidad o la persona como intención ética. Kant entiende que las diferentes manifestaciones del ser dependen de unas estructuras apriorísticas que facilitan el acceso al conocimiento. Éstas son categorías empíricas³⁹ y dependen de la razón práctica, es decir, de la conciencia moral. Kant refiere la conciencia de un *yo* fijo y permanente, que él llama fenoménico, y que es inherente al ser, es decir, esencial; y la existencia de un *yo* trascendental, que él llama nouménico, y que, aunque pertenece al ser en sí, no puede ser abordado desde la conciencia. La diferencia entre fenómeno y noúmeno⁴⁰ recuerda, en cierta medida, la dicotomía interior-exterior que venimos planteando. De hecho, el autor diferencia entre dos mundos: el mundo sensible (depende de las pasiones) y el mundo inteligible (permanece siempre idéntico).⁴¹ Esta forma de entender la subjetividad, retomada por autores clásicos y modernos, ve al alma o la conciencia como esencial al ser, lo que nos lleva a pensar en una estructura inherente referida al ente, que existe como idéntica a sí misma en el tiempo y el espacio. Yoidad o subjetividad podrían ser, aquí, una noción del “ser en sí”.⁴²

Desde la perspectiva esencialista, la ‘identidad’, ‘lo mismo’, es aquello que perdura y lucha contra la tensión permanencia-transformación provocada primordialmente por el transcurso del tiempo. De esta manera, si queremos acercarnos a la concepción de la yoidad como esencia o sustancia

que realiza el autor entre la yoidad: el yo puro, la personal espiritualidad y racionalidad del hombre que piensa y actúa; y la individualidad: persona individual por contraste con las demás. P. Laín Entralgo (1983) *op. cit.*, pp. 80-100.

³⁸ I. Kant (2002) *Fundamentación para una metafísica de las costumbres*. Madrid: Alianza.

³⁹ I. Kant (2002) *op. cit.*, p. 156.

⁴⁰ I. Kant (1967) *Crítica de la razón pura*. Buenos Aires: Losada, p. 275.

⁴¹ I. Kant (1967) *op. cit.*, p. 147.

⁴² Valga mencionar que las aportaciones posteriores de Fichte y Hegel son también importantes a este respecto.

estructural, debemos vincular esta última con la noción de “mismidad”, es decir, aquella parte inmutable del ser.⁴³ Pero si nos referimos aquí a la mismidad como esencia estructural desde el punto de vista del sujeto, habríamos de plantearnos quizás la siguiente pregunta: ¿qué soy? Y a continuación cuestionar si la perspectiva inmanentista –la de la mismidad– podría resolver los enigmas del *yo* o quizás sería insuficiente.

Una de las sociedades que quizás más prioriza el valor del conocimiento del sí, a través del viaje o la búsqueda interior, quizás sea la nuestra, llamada por Helena Béjar ‘sociedad íntima’, que exploraremos con mayor pormenor en el capítulo VII de la presente. Esta sociedad que tiende a mistificar la personalidad a través del conocimiento introspectivo hace especial hincapié en la indagación de la subjetividad en tanto motivo interno, ajeno a lo exterior. Como señala la autora, “en la llamada sociedad íntima la indagación de la subjetividad se lleva a cabo prescindiendo de todo referente exterior; el conocimiento propio se realiza por medio de un ‘viaje hacia adentro’ que prioriza la reflexión sobre uno mismo a la acción”.⁴⁴ Pero no podemos perder de vista el mundo exterior, ya que sus estímulos y variaciones afectan a todo el ser. A nuestro juicio, el imperio de la interioridad tiene sus limitaciones, ya que el acceso y, sobre todo, el alcance (siempre imaginario) de uno mismo y de la realidad, necesariamente, ha de discurrir de la mano de los *otros*. Así, después de haber observado y descrito de forma sucinta las aportaciones ‘esencialistas’ que nos han resultado más relevantes, pasaremos a cuestionar si efectivamente el *yo* es aquello que permanece o, más bien, si se trata mejor de aquello que se transforma en el transcurso del tiempo en relación con el mundo externo, es decir, con el mundo de la existencia y con los *otros*.

⁴³ Para Ricoeur esta identidad está relacionada con el carácter, es decir el conjunto de disposiciones duraderas en las que reconocemos a una persona, es decir, aquello inmutable del sujeto.

⁴⁴ H. Béjar (1990) *El ámbito íntimo*. Madrid: Alianza, p. 191.

2.3.2. La visión existencialista: el yo exterior

En segundo lugar, nos centraremos en aquella tradición de autores que da una mayor supremacía al mundo externo, y mantiene que el *yo* interno o interior es complementario y proviene del exterior. Esta visión, como es evidente, toma muchos de sus postulados de la sociología. Además, sostiene entre sus premisas principales que la yoidad carece de existencia subjetiva y es ante todo social. Así Scott A. Hunt, Robert D. Benford y David Snow, por ejemplo, muy influidos por George H. Mead, sostienen que la identidad individual, independientemente de su estructura objetiva, es fruto de la interacción conjunta entre individuos y se construye necesariamente en el ámbito de lo social.⁴⁵ Desde esta perspectiva, que llamaremos 'existencialista',⁴⁶ cobran especial relevancia los factores espacio-temporales, puesto que el sujeto vive en un momento sociocultural determinado, así como las relaciones con los otros individuos. En este sentido, cualquier tipo de *identitas* cognitiva, innata, constante y permanente o cualquier diferencia biogenética o fisiológica carecería de importancia. Y es que como ha expresado Claudio Esteva Fabregat:

“Si bien el sistema neurovegetativo define un gran número de cualidades indiciales en los estados humorales y anímicos del individuo, desde el punto de vista del comportamiento de las formas culturales no parece que éstas sean producidas ni modificadas específicamente por la acción del primero”.⁴⁷

El *yo* existencial, por tanto, ya no nace como un núcleo esencial, bien sea en el cuerpo o la conciencia, sino que se hace, se construye en concordancia con el período vivencial y en una incesante reciprocidad con el exterior, por lo que depende del ambiente. Antes del nacimiento del primer

⁴⁵ Cf. S. A. Hunt *et al.* (1994) “Marcos de acción colectiva y campos de identidad” en E. Laraña *et al.* (eds.) *Los nuevos movimientos sociales*. Madrid: CIS, pp. 221-249.

⁴⁶ Y es que no podemos olvidar la estrecha relación entre la filosofía existencialista y el problema de la subjetividad. Al decir “somos nuestras elecciones” Jean Paul Sartre expresa uno de los aspectos centrales del problema de la yoidad. Ya que refiere que somos la manifestación de nuestras elecciones personales, y nuestras decisiones y circunstancias forman parte de nuestro ser. H. M. Ruitenbeek (1967) *op. cit.*, p. 94.

⁴⁷ C. Esteva Fabregat (1993) *op. cit.*, p. 239.

yo autosuficiente, numerosos sociólogos y antropólogos señalaron el carácter comunitario (y exterior, por tanto) de los miembros de las sociedades primitivas o arcaicas. Para el sociólogo francés, Émile Durkheim, por citar un ejemplo paradigmático, la conciencia del primitivo estaba totalmente fuera del sí, es decir, ésta dependía de la comunidad a la que el sujeto pertenecía.⁴⁸ En este caso, la yoidad remitía al linaje, la etnia o el grupo cultural, y el sujeto no significaba nada más allá de su pertenencia al grupo o su rol –a veces único– dentro del mismo. Este *yo*, llamado por Claude Dubar ‘yo nominal’, es fruto del grupo cultural en el que el individuo nace y al que pertenecerá a lo largo de toda su vida, cuestión difícil de sostener hoy en día en las sociedades actuales, como veremos más adelante. Sobre las formas identitarias en las comunidades arcaicas son esenciales los estudios del antropólogo francés François Heritier, que nos ayudarán aquí a expresar de manera más evidente la influencia del exterior en la construcción del *yo* nominal. Heritier indica que el individuo de la sociedad antigua (se refiere a los samo, comunidad africana en la que realizó estudios de campo durante años) no tenía más yoidad que la dictada por la voluntad grupal.⁴⁹ El colectivo asignaba un lugar determinado al individuo que no podía ser transcendido por el mismo. Así, la forma identitaria era inseparable del lugar que ocupaba el sujeto en el grupo y de su poder adquirido, es decir, de sus relaciones sociales y sus vínculos con la alteridad grupal. Como también ha subrayado Carl Gustav Jung, el desarrollo de la persona entre los primitivos era cuestión de prestigio mágico: “La figura del mago-médico o del jefe tribal señala el camino: ambos se destacan de los demás por lo peculiar de sus ornamentos y sus modos de vida, es decir, por la peculiaridad de su papel”.⁵⁰

Sobre el lugar ‘estático’ (rol hereditario e inamovible dentro del grupo), que han de ocupar los individuos dentro de la comunidad, el trabajo de campo que realizó Marcel Mauss con los zuñí –grupo nativo norteamericano– es también de gran relevancia. El investigador llegó a la conclusión de que las personas –los miembros de la tribu estudiada– eran, de

⁴⁸ Cf. E. Durkheim (1994) *La división del trabajo social*. Madrid: Akal.

⁴⁹ F. Heritier (1977) “L’identité Samo” en C. Lévi-Strauss (dir.) *L’identité*. Seminario en el Collège de France. París: PUF, pp. 51-80.

⁵⁰ C. G. Jung (2009) *Las relaciones entre el yo y el inconsciente*. Barcelona: Paidós, p. 58.

hecho, personajes, cuyo papel consistía en representar en su sitio la realidad prefigurada del clan.⁵¹ De esta manera, el *yo* era una etiqueta estática otorgada por el grupo concerniente a una relación con la exterioridad. Pero ¿qué ocurrió para que el individuo dejase de ser un *yo* nominal conferido por los *otros*? ¿Cómo comenzó a desprenderse del grupo o comunidad a la que pertenecía, y se volvió autónomo significativamente?

El proceso gracias al cual el sujeto comenzó a separarse de la comunidad a la que pertenecía adquiriendo cierta autonomía significativa permitió a éste desarrollar su persona en base a su acción social como veremos. De hecho, el tránsito de una forma nominalizada y estancada a una forma socializada del *yo* (que también es exterior) tiene su explicación, según algunos autores, en el transcurso natural de la historia. El sociólogo Norbert Elias, por ejemplo, centra su tesis en el proceso de civilización,⁵² momento histórico que podríamos situar en el IV milenio a. C. Éste fue el intervalo de transición del *yo* nominal (atrapado en la categoría otorgada por el clan) al *yo* social (cuyo estatus depende de sus acciones individuales). Como es evidente, también influyeron la pertenencia a diferentes grupos y las relaciones intersubjetivas. Quizás la aparición de las primeras sociedades sedentarias en Occidente, basadas en un orden piramidal donde las relaciones ya no son de parentesco, sino estatutarias, incidieran también en este ‘transcurso’ de la nominalización a la socialización del *yo*. El proceso de civilización –según Elias– simboliza un tránsito de formas identitarias colectivas, donde dominaba el nosotros, es decir, donde el grupo o la comunidad dictaban el atributo individual al sujeto; a formas identitarias individualizadas, donde el *yo* en acción prevalece por encima de dichas asignaciones. No importa, por tanto, ya el linaje adquirido en el nacimiento, sino la adopción de un código simbólico valorado por el poder, o lo que es lo mismo, el estatus merecido por las acciones propias. Valga mencionar que el poder, a los ojos de Elias, se corresponde con la existencia de grupos o individuos que pueden retener o

⁵¹ M. Mauss (1979) “Sobre una categoría del espíritu humano: la noción de persona y la noción del ‘yo’” en *op. cit.*, pp. 309-333. Véanse también los trabajos de campo de P. Pitarch Ramón (2001) “La identidad personal en una tradición indígena americana” en M. Dascal *et al.* (eds.) *op. cit.*, pp. 23-39; A. Ortiz Rescaniere (2001) “El individuo andino contemporáneo” en M. Dascal *et al.* (eds.) *op. cit.*, pp. 39-58; y M. Leenhardt (1971) *Do kamo*. París: Gallimard.

⁵² N. Elias (1990) *La sociedad de los individuos*. Barcelona: Península, p. 242.

monopolizar lo que otros necesitan, como podrían ser alimentos, seguridad, conocimiento o, incluso, ideas. Este poder de trasmisión es muy parecido al que tienen los medios de comunicación. Y por tanto, el *yo* debe ser entendido en torno a diferentes grados en las relaciones; no sería ya ni un objeto ni una cosa, sino el producto de la relaciones entre los individuos y las normas de los códigos sociales.⁵³ En definitiva, mientras que el *yo* nominal era, por tanto, pasivo e inmutable; el socializado dependía en cierta medida de las funciones que el sujeto responsable emprendiese. En opinión de Claude Dubar, el proceso de civilización del que habla Elias, hace nacer de un nosotros comunitario –donde los *yo* están sometidos a su lugar y su linaje– un nosotros societario –donde los *yo* están relacionados–. En ambos casos, estos dependen del exterior, bien sea en una relación de sometimiento o en una correlación activa y participante. Esta perspectiva reviste un especial interés para nosotros puesto que nos permitirá explicar más adelante las nociones de ‘comunidades imaginadas’, ‘comunidades interpretativas’ e, incluso, la de ‘imaginarios mediáticos’.

Si nos adentramos un poco más en el estudio del *yo* social no podemos dejar de mencionar las aportaciones del fundador de la psicología social, George H. Mead sobre los vínculos necesarios entre persona y sociedad. Para él, la psicología, en su afán por estudiar al individuo, y la sociología, en el suyo por el análisis de lo colectivo, quedan unidas (psicología social⁵⁴) y han de ser complementarias ya que el acto individual se encuentra inserto y se desarrolla gracias al acto social propiamente dicho. En sus palabras:

“La conducta de un individuo sólo puede ser entendida en términos de la conducta de todo el grupo social del cual él es el miembro, puesto que sus actos individuales están involucrados en actos sociales más amplios, que van más allá de él y que abarcan a otros miembros de ese grupo”.⁵⁵

⁵³ Cf. N. Elias (1994) *Conocimiento y poder*. Madrid: La Piqueta.

⁵⁴ Como remarca Herbert Blumer, “La psicología *social* ha de basarse necesariamente en la premisa de que el término ‘psicológico’ sea cual fuere el modo en que haya sido concebido su contenido, posee un carácter derivado de la asociación de los seres humanos entre sí.” H. Blumer (1982) *op. cit.*, p. 77.

⁵⁵ G. H. Mead (1982) *Espíritu, persona y sociedad desde el punto de vista del conductismo social*. Barcelona: Paidós, p. 54.

Desde esta perspectiva, el todo sería anterior a la parte y el individuo entendido como 'persona autoconsciente', si utilizamos la acepción de Mead, sólo podría constituirse sobre la base de su pertenencia a la sociedad. En sus palabras, sólo en el proceso social pueden surgir las personas en calidad de seres que se han hecho conscientes de sí.⁵⁶ La percepción existencialista de la yoidad propuesta por Mead es en definitiva configurada, principalmente, por las situaciones de interacción, proceso que remarca evidentemente el carácter activo e incierto de las identificaciones, como veremos. Esta idea es similar a la planteada por Herbert Blumer, que considera que lo que constituye la vida de grupo es la interacción, ya que "el individuo no sólo 'interactúa' con el otro, sino también consigo mismo".⁵⁷ Y al tomar conciencia del *otro*, interpreta y enjuicia su acción y su pensamiento. En una de sus obras cumbres, *Espíritu, persona y sociedad*, Mead se pregunta cómo el individuo puede tomar conciencia o convertirse en objeto para sí, y resuelve que esto lo hace gracias a la conducta o actividad social en que la persona está implicada.⁵⁸ Así, el acceso al autoconocimiento propio será, por tanto, de carácter indirecto, y estará muy influido por los puntos de vista particulares de los otros miembros individuales del grupo social o por el grupo social mismo,⁵⁹ y como veremos, más adelante, por la cultura en general y por la cultura mediática en particular. Ahora bien, aunque esta premisa de Mead nos resulta interesante, desde nuestra perspectiva no permite resolver la situación actual, en la que los individuos pertenecen y se identifican en relación a múltiples grupos sociales. Precisamente, la dispersión y el descentramiento posmoderno impiden que el autoconocimiento del sí pueda ser entendido desde una perspectiva unidireccional o unigrupal.

La *interdependencia intersubjetiva*, una de las claves en el pensamiento de Mead, evidencia que los seres humanos necesitan coordinar instintivamente sus acciones en concordancia con las de los demás. En este sentido, sería imposible que un *yo* fuese independiente o autónomo, dado que no existe ninguna acción significativa sin dependencia. Dicho con otras

⁵⁶ G. H. Mead (1982) *op. cit.*, pp. 15 y 37.

⁵⁷ H. Blumer (1982) *op. cit.*, p. 84.

⁵⁸ G. H. Mead (1982) *op. cit.*, p. 169.

⁵⁹ G. H. Mead (1982) *op. cit.*, p. 170.

palabras, los individuos por sí mismos no pueden significar nada, por lo que sus actos carecen de sentido hasta que se coordinan con los de los *otros*. De forma similar, Max Scheler –muy influido por Marx– ha señalado, en su *Sociología del saber*, que toda persona auténtica y finita se integra siempre como *persona colectiva compleja*, es decir, como miembro de una comunidad.⁶⁰ De este modo, la persona, más que ser un organismo aislado, es una especie particular de la totalidad social. Recordemos que una condición inalterable de la existencia es que el individuo se encuentra con otros, de modo que la yoidad se funda en la coimplicación entre el mundo externo y el tú. Y estos encuentros o desencuentros, como veremos más adelante, se traducirán en una experiencia común que configurará en gran medida las relaciones sociales. Tal y como han subrayado Alfred Schütz y Thomas Luckmann:

“En la relación Nosotros, nuestras experiencias no están solamente coordinadas entre sí, sino que se hallan también recíprocamente determinadas y relacionadas entre sí. Me experimento a través de mi asociado, y él se experimenta a través mío (...) Así, en general, es en la relación Nosotros donde la intersubjetividad del mundo de la vida se desarrolla y se confirma continuamente. El mundo de la vida no es mi mundo privado ni tu mundo privado, ni el tuyo ni el mío sumados, sino el mundo de nuestra *experiencia común*”.⁶¹

Así, el modo de actuar de los individuos estará estrechamente relacionado no solo con las actividades y las acciones que realizan los *otros*, sino con las que realiza el mismo sujeto en el espacio común (como otro para los demás). De modo, que lo que une a un sujeto y a otro es la aprehensión significativa del conocimiento subjetivo del *otro*. Pero, como es evidente, ni todos los *otros* son iguales ni todas las relaciones sociales, producto del encuentro entre sujetos, tendrá el mismo significado: dependerán de mí/su propio concepto de significado (acervo) y de mí/su punto de vista (situación). Según Mead, existen dos tipos de *otros*: los ‘otros significativos’, es decir, aquellos muy allegados (con quienes uno se identifica

⁶⁰ Cf. M. Scheler (1935) *Sociología del saber*. Madrid: Revista de Occidente.

⁶¹ A. Schütz y T. Luckmann (2001) *op. cit.*, p. 82.

principalmente); y los 'otros generalizados', aquellos con los que no tenemos relaciones previas pero que proporcionan al individuo su unidad (la comunidad o el grupo social organizado).⁶² De todas maneras, el conocimiento aprehendido tanto de los 'otros significativos' como de los 'otros generalizados' permite realizar el *yo* autoconsciente y resultan de una interiorización reflexiva crucial para la construcción del proyecto personal. De hecho, las interacciones entre el sí reflexivo y los *otros* son de gran importancia para construir la subjetividad y desarrollar la voluntad de adscripción o pertenencia a un grupo ya que permiten a los sujetos adoptar diferentes roles.⁶³ Para Mead, solo en la medida en que el individuo adopte las actitudes del grupo social al que pertenece podrá desarrollar una persona completa.⁶⁴ Esta es la idea central que podemos hallar en la llamada teoría de la identidad, la cual desde una perspectiva psicosocial trata de entender los procesos de formación de identidades y las fuentes de interacción y relación que se dan en la sociedad.⁶⁵ A la luz de esta teoría, el *self* es reflexivo y se conforma mediante procesos de identificación y de adquisición de roles, proceso al que hemos dedicado mayor atención en el apartado 3.2.1. Entre los mayores exponentes de la teoría de la identidad, podemos encontrar a Charles Horton Cooley⁶⁶ o, más recientemente, a Sheldon Stryker⁶⁷ o Peter J. Burke⁶⁸. A pesar de su relativa importancia, no desarrollaremos a fondo cada una estas propuestas, ya que están más centradas en el comportamiento social desde una perspectiva psicológica, cuestión que aleja de nuestro objeto. Ahora bien, valga mencionar que la teoría de la identidad ha otorgado un énfasis especial a la categorización del *self* en su adscripción los diversos roles propios de la sociedad. Aquí cobran especial relevancia los procesos de significación y las expectativas asociadas a ese rol y a su debida

⁶² G. H. Mead (1982) *op. cit.*, p. 184.

⁶³ G. H. Mead (1982) *op. cit.*, p. 37.

⁶⁴ G. H. Mead (1982) *op. cit.*, p. 185.

⁶⁵ P. J. Burke y J. E. Stets (2009) *Identity Theory*. Nueva York, NY: Oxford University Press.

⁶⁶ Ch. H. Cooley (1902) *Human Nature and Social Order*. Nueva York, NY: Scribner.

⁶⁷ S. Stryker (2002) *Symbolic Interactionism*. Caldwell, NJ: Blackburn Press.

⁶⁸ El investigador ha estudiado a fondo la significación social de la identidad y su influencia en el comportamiento en varias de sus obras. Cf. P. J. Burke (2004a) "Identities, Events and Moods" en J. C. Turner (ed.) *Advances in Group Processes*. Greenwich, CT: JAI Press, pp. 25-49; (2004b) "Identities and Social Structures." *Social Psychology Quarterly*, 67(1), 5-15; y (2006) "Identity Change." *Social Psychology Quarterly*, 69(1), 81-96.

performance.⁶⁹ Esto se debe a que tienen un rol particular, como han sugerido Peter J. Burke y Jan E. Stets, significa actuar de un modo determinado para cumplir las expectativas de los demás o de la sociedad en general.⁷⁰ De esta manera, la persona se convierte en un reflejo individual del esquema sistemático general del rol al que se adscribe. Aquí los sujetos desarrollan diferencias en la manera de desempeñar el rol.⁷¹ No obstante, existe una conexión entre los individuos que lo desempeñan. Como han sugerido Peter Burke y Jan Stets, los roles hacen a las personas actuar de un modo u otro y, en cierta medida, guían su comportamiento. Como veremos más adelante, los medios tienen un papel fundamental en la transmisión y representación de estos roles. Para acabar esta breve aproximación desde la perspectiva de la psicología social, nos gustaría matizar que, si bien la propuesta de George H. Mead es un buen punto de partida o enfoque general, no es viable en la actual sociedad posmoderna. Ni el individuo puede adoptar las actitudes de un solo grupo, porque pertenece y se adscribe a varios de manera variable y cambiante, como veremos; ni podrá desarrollar nunca una persona o yoidad única y completa. Tampoco puede describirse únicamente en relación a los roles que desempeñe. Ya que los individuos más que pertenecer a un grupo, forman parte o se adscriben a varios a lo largo de sus trayectorias vitales. Pese a todo, la importancia del grupo, o de los grupos, es esencial en el desarrollo psicológico de la persona, tal y como ha sugerido también Herbert Blumer.⁷² Tampoco podemos olvidar que la sociedad no sólo funciona como espejo donde el individuo se refleja o se inspira para construir su yoidad, sino que es mucho más que eso, ya que permite a los sujetos incorporar las instituciones de dicha comunidad a su propia conducta social,⁷³ transfiriendo a sus miembros una serie de normas que les permiten definir el entorno y definirse a sí mismos. Recordemos que el

⁶⁹ J. E. Stets y P. J. Burke (2000) "Identity Theory and Social Identity Theory." *Social Psychology Quarterly*, 63(3), pp. 225. También G. J. McCalls y J. L. Simmons (1978) *Identities and Interactions*. Nueva York, NY: Free Press.

⁷⁰ J. E. Stets y P. J. Burke (2000) "art. cit." También P. J. Burke y J. Tully (1977) "The Measurement of Role Identity." *Social Forces*, 55(4), 881-897.

⁷¹ J. E. Stets y P. J. Burke (2000) "art. cit.", p. 227.

⁷² Cf. H. Blumer (1982) *op. cit.*

⁷³ G. H. Mead (1982) *op. cit.*, p. 191.

interaccionismo simbólico⁷⁴ de la Escuela de Chicago, encabezada por Herbert Blumer, otorga un matiz especial a esta cuestión:

“El individuo se halla ante un mundo que debe interpretar para poder actuar y no ante un entorno frente a lo que responde en virtud de su propia organización. Tiene que afrontar las situaciones en las que se ve obligado a actuar, averiguando el significado de los actos ajenos y planeando su propia línea de acción conforme a la interpretación efectuada”.⁷⁵

De hecho, aunque parten de la premisa sostenida por Mead del individuo como ser social, consideran imposible explicar el comportamiento del individuo únicamente a partir de las normas o roles asumidos. Desde esta perspectiva, las normas, papeles adquiridos e instituciones que permiten explicar la acción social a Mead, deben ser entendidas en virtud de la comunidad de interpretación, cuestión de cabal importancia sobre la que volveremos en los posteriores capítulos. A la luz de los planteamientos de Mead, la sociedad confiere al sujeto su base estructural y los significados necesarios para construir la realidad propia y la ajena, pero los individuos deben comprenderlos e interpretarlos. Tal situación es muy similar al vínculo que los sujetos receptores establecen con los medios de comunicación. El comportamiento se orientará y se formará a través de un proceso de indicación e interpretación en el curso del cual determinadas líneas de acción adoptarán significaciones diversas. Pero estas significaciones, necesariamente, han de producirse en el contexto de la interacción social como una ‘acción conjunta’, entendida como el proceso interconectado que forma el comportamiento humano. Ya que, como ha subrayado Blumer, “el significado no emana de la estructura intrínseca de la cosa que lo posee ni surge como consecuencia de una fusión de elementos psicológicos en la

⁷⁴ Para Blumer el interaccionismo simbólico entendido como enfoque para el estudio de la vida de los grupos humanos y del comportamiento del hombre parte de tres premisas: 1) El ser humano orienta sus actos en función de lo que éstas significan para él; 2) El significado de estas cosas se deriva o surge como consecuencia de la interacción social que cada cual mantiene con el prójimo y 3) Los significados se manipulan y modifican mediante un proceso interpretativo desarrollado por la persona al enfrentarse con las cosas que va hallando a su paso.

⁷⁵ H. Blumer (1982) *op. cit.*, p. 11.

persona, sino que es fruto del proceso de interacción entre los individuos”.⁷⁶ Desde el punto de vista del interaccionismo simbólico se considera que el significado que las cosas encierran para el ser humano constituye un elemento central en sí mismo,⁷⁷ pero no podemos olvidar que sin que los individuos y los grupos hagan suyos estos significados y les otorguen validez psicológica, la base estructural de la acción social carecerá de sentido. Y es que como el mismo Blumer ha expresado el origen de la acción se remite a cuestiones tales como: motivos, actitudes, necesidades, disposiciones, complejos inconscientes y diversos tipos de estímulo.⁷⁸ Además, desde nuestra perspectiva, la acción social ha de ser entendida como acción psicológica a su vez. Como ha puesto de relieve Peter Berger, cada sociedad contiene un repertorio de identidades que es parte del ‘conocimiento objetivo’ de sus miembros. Es más, la sociedad no sólo define sino que también crea la realidad psicológica. Así, el individuo se da cuenta de sí mismo en la sociedad, esto es, reconoce su identidad en términos socialmente definidos y estas definiciones se convierten en realidad, en la medida en que el individuo vive en sociedad.⁷⁹

La interacción socio-psicológica y comunicativa entre los individuos de un mismo grupo permite que tanto el *yo* como el *nosotros* adquieran solidez significativa en su pluralidad de acciones. De esta manera, la construcción del *yo* podría ser así el resultado de un ‘pacto’ (*proceso de cooperación* en Mead) entre lo que los *otros* tienden a hacer que *yo* sea –sus expectativas e influencias– y lo que, como reacción, quiero *yo* ser para ellos. A través de un acuerdo o componenda social constante, cada uno de nosotros prepara una serie de imágenes que va mostrando en su relación con los demás y que va constituyendo su yoidad o ‘identidad del yo’, como diría Erik Erikson.⁸⁰ Sobre el juego entre las diferentes imágenes son interesantes las aportaciones que el filósofo y ensayista José Luís Aranguren realiza en *Sobre imagen, identidad y heterodoxia*. Estas imágenes serían el resultado de la

⁷⁶ H. Blumer (1982) *op. cit.*, pp. 3-4.

⁷⁷ H. Blumer (1982) *op. cit.*, p. 3.

⁷⁸ H. Blumer (1982) *op. cit.*, p. 12.

⁷⁹ Cf. P. Berger (1966) “Identity as a Problem in the Sociology of Knowledge.” *European Journal of Sociology*, 7(1), 105-115.

⁸⁰ E. H. Erikson (1974) *Identidad, juventud y crisis*. Buenos Aires: Paidós.

conjunción de tres tipos de proyecciones: la imagen que quiero proyectar a los demás; la confirmación de mi imagen representada o, lo que es lo mismo, la imagen que ellos se hacen de mí, y por último, el reflejo en mí de la imagen que ellos se forjan de mí.⁸¹ Es decir se trataría de la articulación de tres perspectivas o maneras de abordar el proceso de motivación, adquisición y comprensión del *yo*. Y es que en cualquier proceso cooperativo, como señala Mead, el individuo provoca una modificación en los *otros*. En la medida en que dichas reacciones pueden ser provocadas en el individuo y le permiten responder a su vez, tendremos los contenidos indispensables que componen a la persona: el *otro* y el *yo*.⁸² Este proceso de interacción se elabora a la medida que se va produciendo y es crucial para entender la construcción del *yo*. Herbert Blumer ha señalado que la característica más importante de la asociación humana (interacción) consiste en que cada participante tiene en cuenta a los demás, es decir, ve al otro como un sujeto y no como un mero objeto.⁸³

La yoidad entendida como proceso cooperativo o reflexivo sujeto al cambio y fruto de una relación recíproca es una de las premisas de abundantes autores entre los que citaremos, tan sólo a modo de ejemplo a aquellos que destacan mejor el carácter heterogéneo de las identificaciones. Sus maneras de denominar a la yoidad o a la 'identidad' ya de por sí son significativas e ilustran bien esta concepción fragmentada del sujeto. Estamos pensando en la llamada "identidad de retazos", de Heiner Keupp;⁸⁴ en la "biografía de bricolage", de Ronald Hitzler;⁸⁵ en la "identidad como hojaldrada" de François Héritier;⁸⁶ o la "identidad como collage cultural", propuesta por Carmelo Lisón.⁸⁷ Estos autores –entre otros antropólogos y sociólogos– entienden la yoidad como proceso sujeto al cambio, que se

⁸¹ J. L. Aranguren (1981) *Sobre imagen, identidad y heterodoxia*. Madrid: Taurus, pp. 20-22. Este tema ha sido también trabajado por Schütz.

⁸² G. H. Mead (1982) *op. cit.*, p. 220.

⁸³ H. Blumer (1982) *op. cit.*, p. 83.

⁸⁴ H. Keupp y R. Höfer (1988) *Identitätsarbeit Heute*. Frankfurt: Suhrkamp.

⁸⁵ Cf. U. Beck *et al.* (2003) "The Theory of Reflexive Modernization." *Theory, Culture and Society*, 20(2), 1-33.

⁸⁶ F. Héritier (1977) "art. cit." pp. 51-80.

⁸⁷ C. Lisón Tolosana (1997) "Identidad: collage cultural. Sensores rituales y matriz antropológica" en *Las máscaras de la identidad*. Barcelona: Ariel.

construye a través del tiempo, y también destacan la importancia de la representación o la recreación del *yo*.

En la misma línea están los teóricos de los estudios culturales, Paul Willis, Ian Chambers, Dick Haddige y Angela McRobbie, por ejemplo, que ponen de manifiesto que la cuestión de uno mismo está muy vinculada a la propia subjetividad y a su historia. Como ha remarcado Paul Gilroy: "Sobre este hecho en disputa, de inmediato debemos conceder que los seres humanos son hechos y se hacen a sí mismos, más que nacen de alguna forma ya acabada. La fuerza de este comentario ha tenido un significado especial en el desarrollo de los movimientos de oposición a la modernidad".⁸⁸ Tampoco podemos olvidar las aportaciones del pensamiento feminista clásico de Simone de Beauvoir⁸⁹ o de la investigadora contemporánea, Londa L. Schiebinger,⁹⁰ que tratan de superar la visión androcéntrica del mundo promovida por la Ilustración.⁹¹ Pero no todos los teóricos de los estudios culturales o feministas entienden la yoidad en términos subjetivos. Existen numerosas aportaciones que enfatizan en el carácter social y relacional de esta y en la solidaridad, como forma de conexión y acción social. Así lo han remarcado, por ejemplo, Stuart Hall, Diana Fuss, Kathleen Canning, Nancy Fraser, Donna J. Haraway, Denise Riley o Judith Butler.⁹² El hecho de relacionar la 'identidad' con el principio de solidaridad invita a entenderla, según Paul Gilroy, como un efecto mediatizado por las estructuras históricas y económicas, iniciado en prácticas significativas, a través de las cuales

⁸⁸ P. Gilroy (1998) "Los estudios culturales británicos y las trampas de la identidad" en J. Curran *et al.* (comps.) *Estudios culturales y comunicación*. Barcelona: Paidós, p. 68.

⁸⁹ S. de Beauvoir (1960) *The second sex*. Londres: Four Square Books.

⁹⁰ Cf. L. Schiebinger (2004) *¿Tiene sexo la mente?* Madrid: Cátedra; y (1996) *Los usos de la diversidad*. Barcelona: Paidós.

⁹¹ Cf. S. Harding (2000) "Gender, Development, and Post-Enlightenment Philosophies of Science" en U. Narayan y S. Harding (eds.) *Decentering the Center*. Bloomington, IN: Indiana University Press, pp. 240-261.

⁹² Cf. S. Hall y P. du Gay (comps.) (2003) *Cuestiones de identidad cultural*. Buenos Aires: Amorrortu; D. Fuss (1989) *Essentially Speaking*. Nueva York, NY: Routledge; K. Canning (1994) "Contesting the Power of Categories." *Signs*, 19(2), 368-404; N. Fraser (1989) *Unruly Practices*. Minneapolis, MN: University of Minnesota Press; D. J. Haraway (1990) *Simians, Cyborgs and Women*. Londres: Association Books; (1995) *Ciencia, cyborgs y mujeres*. Madrid: Cátedra; D. Riley (1990) *Am I That Name?* Basingstoke: Macmillan. J. Butler (2002) *Cuerpos que importan*. Buenos Aires: Paidós; y (2007) *El género en disputa*. Barcelona: Paidós.

operan; y planteado en encuadres institucionales contingentes, que regulan y expresan la reunión de individuos en procesos sociales modelo.⁹³

La perspectiva de los autores poscolonialistas, entre los que cabe destacar a los teóricos literarios, Edward Said, Homi K. Bhabha y Gayatri Chakravorty Spivak, por ejemplo, es también relevante a la hora de explicar el *yo* exterior. Tampoco podemos olvidar las aportaciones de Frantz Fanon que, sin ser considerado posmoderno ni poscolonial, sienta las bases del desarrollo posterior.⁹⁴ Estos investigadores, que se centran en una reinterpretación del sujeto en términos diferentes a los occidentales, critican cómo los sujetos son integrados –o excluidos– de forma conflictiva y tratan de resolver el problema de las representaciones del colonizado y las formas de poder colonial. Desde esta concepción la idea moderna de sujeto, más que ser rechazada, como harán los autores posmodernos, es resignificada en otros términos. En este sentido, las dinámicas de poder son entendidas como procesos que no sólo dependen de la economía o la política, sino también de la cultura y sus símbolos. Así lo ha expresado Edward Said en su obra *Cultura e Imperialismo*, donde explica los poderosos vínculos que existen entre la novela europea colonialista y los sentimientos imperialistas propios de aquella época.⁹⁵

Después de lo que tan sumariamente hemos expuesto, resulta harto evidente que la yoidad no es un producto terminado ni apriorístico, sino siempre un proceso en construcción. A partir de aquí se insinúa que captar al sujeto en su totalidad, bien sea por la vía esencialista o por la nominalista, es una tarea que, además de equívoca, nos resulta imposible hoy en día, ya que una única definición truncaría la pluralidad de matices constitutiva de nuestro ser en el mundo. Con ello queda claro que la configuración del concepto de *self* es multidimensional, a la vez situacional y cultural, influida tanto por elementos históricos como por elementos sociales estructurales.⁹⁶

⁹³ P. Gilroy (1998) "art. cit.", pp. 71-72.

⁹⁴ Cf. F. Fanon (1986) *Black Skin, White Masks*. Londres: Pluto Press; y (1968) *The Wretched of the Earth*. Nueva York, NY: Grove Press.

⁹⁵ Cf. E. Said (1994) *Cultura e Imperialismo*. Barcelona: Anagrama.

⁹⁶ Cf. E. Rafaeli-Mor y J. Steinberg (2002) "Self-Complexity and Well Being," *Personality and Social Psychology Review*, 6(1), 31-58; C. Kanagawa *et al.* (2001) "Who Am I?" *Personality and Social Psychology Bulletin*, 27(1), 90-103; y H. R. Markus y E. Wurf (1987) "The Dynamic Self

No obstante, es preciso matizar que para nosotros las identificaciones no pueden ser universalistas ni se limitan a las categorías heredadas o adquiridas. Así planteado, ser mujer o hombre no es una categoría fija adquirida biológicamente o constituida socialmente que pueda englobar a todos los individuos por igual, sino que debe fraguarse en la experiencia y en la trayectoria biográfica de cada cual, como iremos viendo. Precisamente, como ha criticado con razón Joan W. Scott, no podemos asumir que todas las mujeres actuarán igual en las mismas circunstancias solo por ser mujeres biológicamente o por tener un género femenino socializado,⁹⁷ por ejemplo.

El aspecto social del *yo*, por otra parte, debe coimplicar aspectos individuales y colectivos, a la vez. Si bien las aportaciones existencialistas nos llevan a concluir que la percepción del sí es una reflexividad⁹⁸ construida que trasciende la simple semejanza con los *otros* y nos recuerda la inevitable relación con ellos. Sin embargo, desde el momento en que el sentido de las identificaciones –o del rol en el grupo– ya no está únicamente ‘dado’ o ‘transmitido’ por el linaje de padres a hijos, la conciencia de sí sólo puede constituirse sobre la base de las experiencias biográficas. En el terreno de la praxis, ser un *yo*, como ya hemos mencionado, implica identificarse con otros, cuyas convicciones proporcionen recursos para forjarse a sí mismo mediante aprendizajes que permitan traducir las experiencias en convicciones,⁹⁹ pero también identificarse en relación a las estructuras de acogida presentes en la sociedad. De esta manera, la referencia a la cultura y a los *otros*, como audiencia frente a la cual actuamos, siempre está implícita en nuestras valoraciones y se clarifica en los actos comunicativos expresos – la conversación, por ejemplo–, indispensables para el conocimiento de uno mismo. Según la perspectiva existencialista, las personas construyen y desarrollan identificaciones para sí gracias a las formas culturales o estatutarias propias del entorno. No obstante, para entender el sí socializado,

Concept” en M. R. Rosenzweig y L. W. Porter (eds.) *Annual Review of Psychology* 38. Palo Alto, California: Annual Reviews, pp. 299-337.

⁹⁷ J. W. Scott (1992) “Experience” en J. Butler y J. W. Scott (eds.) *Feminists Theorize the Political*. Nueva York, NY: Routledge, pp. 22-40.

⁹⁸ Sobre la idea de reflexividad, cf. N. Luhmann (1982) *The Differentiation of Society*. Nueva York, NY: Columbia University Press.

⁹⁹ C. Dubar (2002) *op. cit.*, p. 186.

es decir, la yoidad exterior o existencial, no sólo son importantes los papeles frente a los *otros* o las pertenencias culturales aceptadas o no. La yoidad, para nosotros, no sólo sería la suma de identificaciones con el exterior (sea con los ‘otros significativos’ o con los ‘otros generalizados’) que el individuo realiza para sí y para los demás, sino el resultado de una serie de relaciones psicosociales que van más allá de la mera proyección. Y es que no podemos olvidar que el sujeto precisa apoyarse en una orientación ideológica y compartir ésta última con otras personas para dar sentido a la primera y esta orientación será muchas veces instituida por el discurso mediático. Tal y como ha expresado el antropólogo Claudio Esteva Fabregat: “La forma social del individuo en su cultura es policéntrica, ya que para comprenderse a sí mismo y significarse en el mundo necesita reconocerse en otros”.¹⁰⁰ En este sentido, la visión existencialista plantea muchas ventajas, pero también olvida ciertos aspectos que, si bien son influidos por el exterior, necesariamente se viven de manera subjetiva, en el cuerpo, por ejemplo, como son las emociones y los deseos. A continuación, describiremos una tercera visión que supera la cuestión del lugar interior y exterior, que llamaremos *yo ausente*. Antes trataremos de analizar los acontecimientos que dieron lugar a esta nueva transformación ontológica.

2.3.3. La ausencia o superación del yo

A finales del siglo XVIII y, sobre todo, a lo largo del siglo XIX, los estados-nación comenzaron a imponerse progresivamente como forma de socialización. En esta época la invención del nacionalismo¹⁰¹ –en palabras de Claude Dubar– permitió la legitimación de la *identidad nacional* como forma identitaria dominante.¹⁰² Pero es preciso aclarar que la nación, desde nuestra perspectiva, plantea ciertas limitaciones a la hora de construir la subjetividad, como veremos seguidamente. En su estudio sobre personalidad

¹⁰⁰ C. Esteva Fabregat (1993) *op. cit.*, p. 252.

¹⁰¹ Recordemos, como describe Anderson que el nacionalismo nace como política consciente de autoprotección, íntimamente ligada a la conservación de los intereses dinástico-imperiales. B. Anderson (1993) *Comunidades imaginadas*. México: FCE, p. 223.

¹⁰² C. Dubar (2002) *op. cit.*, p. 35.

nacional y colectiva, Douglas G. Haring, sostiene que el carácter nacional no es igual a la cultura y es más un determinante que una forma de conducta.¹⁰³ De hecho, suponer la existencia de una identidad nacional autónoma no es más que reconocer una serie de estereotipos, por los que unos individuos podrían ser reconocidos, efectuando juicios de caracterología psicológica.¹⁰⁴ Y es que aunque la nación proporcione una serie de regularidades, tales como patrones institucionalizados de cultura, formas de gobierno y leyes, estructura económica, organización familiar, tradiciones, símbolos, sistemas de comunicación o valores de orientación, no puede constituir en sí misma formas de conducta o subjetividades, propiamente dichas. En este sentido, no podríamos hablar de ‘el sujeto español’ o ‘el sujeto francés’, en tanto entidad esencial o unívoca sin caer en una serie de simplificaciones tipificadoras que resulten altamente reduccionistas. Hoy en día, como veremos más adelante, la sociedad construye sujetos cuyos sistemas de comportamiento no son fruto exclusivo de una categoría dada, sino el resultado de un proceso complejo donde participan diversos elementos. El *yo* nacional, entendido como esencia primordial, es para nosotros insuficiente y limitado para definir y definirse, para aceptar o rechazar al otro. De hecho, tal y como ha indicado Esteva Fabregat, “el primer gran problema que confrontamos en la investigación del carácter nacional es, pues el de que hasta qué punto una unidad política es también una unidad cultural y de personalidad”.¹⁰⁵ Es decir, ¿es posible definir al sujeto en tanto tipo nacional?, ¿y sería posible hallar similitudes y diferencias de comportamiento, pensamiento y acción en función de esta categoría? La aparición y consolidación de los nacionalismos, entendidos en el sentido propuesto por el antropólogo Benedict Anderson, es decir, en tanto “artefactos culturales de una clase particular”,¹⁰⁶ es clave para entender el nacimiento de un *yo* nacional imaginado¹⁰⁷ que se halla desde el

¹⁰³ Cf. D. G. Haring (ed.) (1956) *Personal Character and Cultural Milieu*. Syracuse, Nueva York, NY: Syracuse University Press.

¹⁰⁴ C. Esteva Fabregat (1993) *op. cit.*, p. 130.

¹⁰⁵ C. Esteva Fabregat (1993) *op. cit.*, p. 132.

¹⁰⁶ B. Anderson (1993) *op. cit.*, p. 21

¹⁰⁷ El autor entiende la nación como una comunidad imaginada porque “aun los miembros de la sociedad más pequeña no conocerán jamás a la mayoría de sus compatriotas, pero en la mente de cada uno vive la imagen de su comunión.” B. Anderson (1993) *op. cit.*, p. 23. Véase

siglo XIX fuertemente arraigado en la sociedad. Para él, la nación es imaginada y creada, puesto que se piensa *limitada* por sus fronteras, *soberana*¹⁰⁸ y como una *comunidad*, ya que independientemente de la desigualdad y la explotación que pueda haber entre sus miembros. Como menciona Anderson, la nación va siempre asociada a un compañerismo profundo que ha hecho que tantos millones de personas maten y, sobre todo, estén dispuestos a morir por imaginaciones tan limitadas.¹⁰⁹ De hecho, no podemos olvidar que las Guerras Mundiales que asolaron Europa en la primera mitad del siglo XX y el auge de los extremismos y sus fatales consecuencias (como el Holocausto) encarnó la más radical y terrible reivindicación identitaria y provocó una ruptura sin precedentes en la reflexión anterior sobre el sujeto. Esta época, llamada por Eric Hobsbawm ‘edad de los extremismos’,¹¹⁰ llevó a cabo, en nombre de las vindicaciones nacionalistas exacerbadas, los crímenes más atroces conocidos hasta entonces contra la humanidad.¹¹¹ El temor y el odio a los *otros*, el miedo a la alteridad, en definitiva, provocó una ruptura sin precedentes en el pensamiento occidental. Los ideales postulados por la filosofía idealista y las grandes religiones comenzaron a resquebrajarse a causa de estas circunstancias. El individuo ya no es el “hombre entero y racional” ni cumple con los ideales del *cogito* cartesiano. El nuevo *yo*, que prima la acción en el mundo sobre la reflexión interior, se construye por las funciones que efectúa y por la historia que cuenta sobre su realización personal. De manera que la búsqueda de un principio unificador interno (*yo reflexivo*) carece, en este contexto, de sentido. El sujeto no trata ya de abarcar su individualidad

la obra en la que se inspira para esta apreciación: H. Seton-Watson (1977) *Nation and States*. Boulder, CO: Westview Press, p. 5.

¹⁰⁸ Como expresa Anderson “el concepto nació en una época en que la Ilustración y la Revolución estaban destruyendo la legitimidad del reino dinástico jerárquico, divinamente ordenado.” B. Anderson (1993) *op. cit.*, p. 25.

¹⁰⁹ *Ibíd.*

¹¹⁰ Cf. E. Hobsbawm (1999) *L'âge des extrêmes*. París: Complexe.

¹¹¹ Como ha señalado Antonio Fernández “A veces se ha definido el fascismo como un nacionalismo de vencidos. (...) Del nacionalismo se pasa con facilidad al Imperialismo, una gran nación encuentra su verdadero horizonte en la formación de un Imperio, y en relación con él se defiende el principio del espacio vital. Un pueblo superior tiene derecho a disponer de espacio para realizarse y para conquistarlo”. A. Fernández (1996) *Historia del mundo contemporáneo*. Barcelona: Vicens Vives, p. 313. El concepto de espacio vital fue el que motivó en gran parte las ansias expansionistas y el consecuente genocidio.

mediante la reflexión interna (moral o religiosa), puesto que la idea de totalidad o plenitud del *yo* comienza a negarse y resquebrajarse hasta incluso estallar. En este contexto, la idea de una unidad o personalidad total o una identidad 'íntegra' comenzó a ser rechazada desde numerosos ámbitos de la cultura y la sociedad. La yoidad, entendida como un tamiz de posibilidades inciertas, cada vez más carente de sentido, abandonó la trascendencia anterior y se tornó desconfianza y sospecha. La singularidad del *yo* reflexivo, que había sido atacada por la escuela de los llamados por Paul Ricoeur, filósofos o 'maestros de la sospecha' (Marx, Nietzsche y Freud)¹¹², se convirtió tras las grandes guerras en una crítica profunda a la tradición humanista, cristiana y occidental.

Hacia finales de los años 60, la orientación posmoderna, a partir de la cual se superó el carácter central del hombre en el universo, primó lo impersonal, el anonimato, hasta llegar a dibujar una ausencia total de centro: el vacío o la nada. Esto podría explicarse en relación a la secuencia que, a continuación, proponemos. Como es bien sabido, con la Ilustración (siglo XVIII) la razón se situó en el centro del universo. Anteriormente, el pensamiento humanista (siglo XVI) había colocado en ese lugar al hombre – antropocentrismo –, desplazando a Dios –teocentrismo– (que a su vez había ocupado el lugar de la naturaleza en la época medieval). No obstante, tras el Holocausto, la desconfianza expulsa al hombre racional de este lugar primordial y lo coloca en un punto cualquiera. Ya no hay motivos para creer en la humanidad y la cultura como entidades íntegras o morales. La muerte de Dios, proclamada años antes por los nihilistas, se convierte en una desvaloración de los principios metafísicos. Para el antropólogo estructuralista francés Lévi-Strauss, que llegó incluso a anunciar la muerte¹¹³

¹¹² Esta expresión acuñada por Paul Ricoeur es utilizada para referirse a estos tres pensadores del siglo XIX. P. Ricoeur (1969) *Le conflict des interpretations, essais d'hermeneutique*. París: Seuil, p. 22. Aunque los tres propusieron teorías muy diferentes sostuvieron un eje común en su crítica al racionalismo dominante en el pensamiento occidental (sobre todo, tras la Ilustración). Para cada uno de ellos el racionalismo justificaría diferentes tipos de pulsiones: el materialismo en Marx; la voluntad de poder en Nietzsche; y el inconsciente –la represión– en Freud). No olvidemos que estos autores ejercieron una influencia crucial posterior en la Escuela de Frankfurt.

¹¹³ Como dicen Catalina Arreaza y Arlen B. Tickner: "La afirmación de que el sujeto (el hombre o la conciencia) ha muerto significa que esta categoría es engañosa, que las personas

del sujeto, tampoco existía más que dispersión: “Yo mismo aparezco como el lugar por cuyo intermedio suceden cosas, pero el yo [*je*] no existe, no existe el yo [*moi*]. Cada uno de nosotros es una especie de encrucijada donde suceden cosas”.¹¹⁴ Desde esta perspectiva, el *yo* más bien se encuentra inserto y es “un conglomerado de fragmentos en relaciones inciertas”¹¹⁵ y, por lo tanto, se encuentra arrojado al insondable transcurso del tiempo. Pero la disolución del sujeto propuesta por Lévi-Strauss ya aparece en Freud, y fue continuada por autores posteriores como Jacques Lacan, Louis Althusser, Michel Foucault o Gilles Deleuze, entre otros.

Para comprender estas transformaciones en la concepción del sujeto, entendido desde aquí como un ser pulsional (*yo* pulsional), que se rige por el inconsciente –y el deseo–, partiremos de la teoría de la personalidad propuesta por Sigmund Freud a principios del siglo XIX, considerada por muchos investigadores la primera, la más completa y dinámica de éstas.¹¹⁶ Después continuaremos con las (re)formulaciones sobre el *yo* expresadas por Carl Gustav Jung y Jacques Lacan un siglo más tarde. Conscientes de la dificultad que plantea abordar la extensa y compleja obra de estos tres autores, hemos tratado de ofrecer una panorámica lo suficientemente rigurosa a la par que esquemática, que esperamos no resulte excesivamente simplista para los expertos en la materia. Aunque la teoría de Freud se centre en los aspectos psicoanalíticos del estudio de la personalidad propiamente dicha, también hace especial referencia al concepto de identidad, hecho por el cual consideramos del todo necesario mencionar aunque sea someramente algunos de los elementos más relevantes. Como es bien sabido, la teoría psicoanalítica provocó un descentramiento clave en la noción clásica de individuo que a nuestro juicio resulta indispensable para comprender la disolución del sujeto posmoderno y su posterior relación dialéctica con las narrativas mediáticas. De hecho, tal y como ha descrito Joan Prat,

no existen por sí solas independientes de las estructuras sociales.” C. Arreaza y A. B. Tickner (2002) “Postmodernismo, poscolonialismo y feminismo.” *Colombia Internacional*, 54, pp. 17.

¹¹⁴ C. Lévi-Strauss (dir.) (1977) *L'identité*. Seminario en el Collège de France. París: PUF, p. 22.

¹¹⁵ A. Fernandez-Zoila (1999) *Récits de vie et crises d'existence*. París: L'Harmattan, p. 66. (T. d. A.).

¹¹⁶ H. M. Ruitenbeek (1967) *op. cit.*, p. 27.

investigador en el que nos apoyaremos en nuestro acercamiento al psicoanálisis, éste último supuso el ‘divorcio’ definitivo de las llamadas filosofías del sujeto. Y es que no podemos olvidar que la metapsicología freudiana redujo al *yo* racional a un conjunto de pulsiones indestructibles, inmortales e intemporales.¹¹⁷ La diferenciación de lo psíquico en consciente e inconsciente, una de las premisas fundamentales del psicoanálisis, y sus descubrimientos acerca de las funciones del *yo*, el *super-yo* y el *ello*,¹¹⁸ poseen una extraordinaria importancia para la comprensión del problema de la yoidad,¹¹⁹ que nos permitirá más adelante explicar la relación entre los imaginarios mediáticos y la configuración de las identificaciones, como iremos viendo.

En su primera etapa, Freud describe el aparato psíquico como la suma de dos partes o instancias: una reprimida y otra represora o lo que es lo mismo, un inconsciente y una conciencia. Desde el punto de vista del psicoanálisis, todas las percepciones procedentes del exterior (percepciones sensoriales) y del interior, a las que damos el nombre de sensaciones y sentimientos son conscientes.¹²⁰ Pero ¿qué ocurre con aquellos procesos internos que podrían denominarse procesos mentales? Freud se pregunta: “¿Llegan acaso a la superficie en que nace la conciencia? ¿O es la conciencia la que llega hasta ellos?”.¹²¹ Sin recurrir a la clásica explicación interior-exterior, el psicoanalista recurre a una tercera instancia mediadora entre ambos: el preconscious, que “sería como una especie de pantalla situada entre el inconsciente y la conciencia”.¹²² Recordemos brevemente que para Freud existen tres términos clave en los procesos mentales: lo consciente,

¹¹⁷ Cf. P. Ricoeur (1965) “Réflexion: Une archéologie du sujet” en *De l’interprétation. Essai sur Freud*. París: Seuil, pp. 407-442.

¹¹⁸ Para profundizar en estos conceptos, cf. S. Freud (2000a) *Psicología de las masas*. Madrid: Alianza.

¹¹⁹ S. Freud, citado en H. M. Ruitenbeek (1967) *op. cit.*, p. 27. Como ha resaltado Sherry Turkle “La teoría psicoanalítica ha jugado un complicado rol en el debate histórico sobre si la identidad es unitaria o múltiple. Una de las contribuciones más revolucionarias de Freud proponía una visión radicalmente descentrada del *self* (*yo*), pero algunos de sus seguidores oscurecieron este mensaje, tendieron a dar al ego una mayor autoridad ejecutiva en la dirección del *yo*.” S. Turkle (1997) *La vida en la pantalla*. Barcelona: Paidós, p. 216.

¹²⁰ S. Freud (2009) *El yo y el ello y otros escritos de metapsicología*. Madrid: Alianza, p. 13.

¹²¹ S. Freud (2009) *op. cit.*, p. 13.

¹²² Para ordenar las ideas sobre Freud nos ha sido de gran utilidad la obra de J. Prat (2007) *op. cit.*, p. 62.

percepción más inmediata y segura; lo preconsciente, inconsciente latente, capaz de conciencia; y lo inconsciente, lo reprimido, incapaz de conciencia.¹²³ La represión considerada por él mismo como el pilar del psicoanálisis es precisamente el motor de lo inconsciente: “Todo aquello que ha sido reprimido deviene consciente, aunque no todo lo inconsciente haya sido reprimido”.¹²⁴ Además, desde la perspectiva freudiana, la relación entre conciencia e inconciencia es convertida en pensamiento mediante las representaciones verbales.¹²⁵ Esta idea anuncia, en parte, la importancia del lenguaje, que años más tarde, gracias a la influencia de la lingüística y el estructuralismo fue una de las claves interpretativas de Jacques Lacan. En su escrito de 1923, “El yo y el ello”, Freud describe que el verdadero desarrollo de la personalidad resulta de la interacción entre tres instancias fundamentales, que se hallan correlacionadas y que manifiestan la influencia del exterior en la personalidad: las clásicas y archiconocidas *yo*, *ello* y *super-yo*. Quizás sea preciso aclarar que el *yo* en psicoanálisis no designa ni el individuo ni la persona, sino una instancia del aparato psíquico necesariamente interrelacionada, aunque bien diferenciada del *ello* y el *super-yo*.¹²⁶ El *yo* podría ser llamado razón o reflexión, instrumento por el cual la realidad es orientada. A los ojos del psicoanalista, el *yo* sería la entidad o instancia intermedia que integra la conciencia y domina el acceso al mundo exterior y, además, fiscaliza todos sus procesos parciales.¹²⁷ El *ello*, que contiene las pasiones o energías instintivas, es la más fácilmente identificable con el inconsciente; y el *super-yo*, o imperativo categórico, es aquella que organiza, somete (ordena y prohíbe) por medio de una serie de figuras externas –sean los padres o las instituciones– al *yo*. Estos mandatos y prohibiciones que emanan del *super-yo* son progresivamente interiorizados y acaban constituyendo este inconsciente superior.¹²⁸ De manera que la yoidad

¹²³ S. Freud (2000b) “Lo inconsciente” en *Obras completas 14*. Buenos Aires: Amorrortu, p. 168.

¹²⁴ J. Prat (2007) *op. cit.*, p. 63.

¹²⁵ Esta es una de las ideas que quizás más influyó en el pensamiento estructuralista posterior.

¹²⁶ J. Prat (2007) *op. cit.*, p. 65.

¹²⁷ S. Freud (2009) *op. cit.*, p. 11.

¹²⁸ J. Prat (2007) *op. cit.*, p. 67.

freudiana termina sometida a tres dependencias: el mundo exterior, el *ello* y el *super-yo*. En palabras de Freud: “El *yo* se halla constituido en gran parte por identificaciones sustitutivas de cargas abandonadas del *ello*, y que las primeras de estas identificaciones se conducen en el *yo* como una instancia especial, oponiéndose a él en calidad de *super-yo*”.¹²⁹ La articulación entre estas tres instancias psíquicas es clave para el desarrollo de la personalidad y el mantenimiento de la estabilidad de la misma. Para Carl Gustav Jung, discípulo de Freud, que ha dedicado gran parte de su obra al estudio de las relaciones entre el *yo* y el inconsciente, la asimilación de éste último da origen a notables fenómenos tales como la creación de autoconciencia o sentimiento de sí. Recordemos que para Jung los contenidos que conforman el inconsciente no sólo son de índole personal –en la medida en que constituyen adquisiciones de la existencia individual–, sino que también poseen contenidos interpersonales, colectivos, en forma de categorías heredadas o arquetipos. Profundizaremos en el vínculo entre estos y los contenidos mediáticos, en el capítulo V. El desarrollo de la personalidad, para Jung, forma parte necesariamente de un proceso de diferenciación inconsciente de carácter colectivo. El ser es o funciona como “una *máscara que finge individualidad*, haciendo creer a los demás y a uno mismo que es individual, cuando no constituye sino un papel representado, donde la psique colectiva tiene la palabra”.¹³⁰ Así, la persona es para Jung una apariencia y no una realidad, propiamente dicha, ya que tal y como él expresa:

“En el fondo, la persona no es algo ‘real’. Constituye un compromiso entre individuo y sociedad acerca de ‘lo que uno parece’. Uno asume un nombre, adquiere un título, representa una función, es esto o aquello. Lo cual, naturalmente, en cierto sentido es real, pero en relación con la individualidad del sujeto sólo como una realidad secundaria, una mera configuración de compromiso en que muchas veces participan aún más otros que uno”.¹³¹

¹²⁹ S. Freud (2009) *op. cit.*, p. 40.

¹³⁰ C. G. Jung (2009) *op. cit.*, p. 72.

¹³¹ *Ibíd.*

La persona jungiana no sólo ha de identificarse con el material consciente, sino también con el inconsciente: ambos están presentes directa o indirectamente conformando la auténtica individualidad, o lo que es lo mismo, se complementan recíprocamente formando una totalidad: el sí mismo. La idea de yoidad propuesta por Jung es en cierto sentido total, ya que es fruto de la suma de lo consciente y lo inconsciente, lo individual y lo colectivo. Así, los sujetos pueden diferenciar entre lo que quieren y lo que se les impone desde el inconsciente; lo que desean y lo que sus funciones sociales les exigen.¹³² Y podríamos añadir lo que desean y lo que la sociedad y, muy especialmente, los medios les hacen desear.

Tampoco podemos olvidar que la génesis freudiana del *yo* está muy vinculada a la identificación, proceso clave en nuestra argumentación. Como ha subrayado Freud, “los efectos de la primeras identificaciones realizadas en la más temprana edad, son siempre generales y duraderos”.¹³³ Esto nos lleva a la génesis del ideal del *yo*, pues detrás de él se oculta la primera y más importante identificación del individuo, o sea, la identificación con las figuras paternas. Esta primera identificación definida por Freud como la más temprana exteriorización del afecto hacia otra persona –sea el padre o el cuidador– desempeña un papel clave en la construcción y el desarrollo posterior de la persona. De hecho, “la identificación aspira a configurar el propio *yo* a semejanza del otro, tomado como modelo”.¹³⁴ Éste también es clave en la obra lacaniana y es reformulado en claves más radicales: el *yo* aquí ya no es entendido como una instancia organizada y estructural compuesta de una superposición de identificaciones, sino que se encuentra *dividido*, barrado o escindido. Recordemos que su postura es muy crítica con la tradición filosofo-psicológica occidental esencialista, que describimos en el primer apartado. Para Lacan, la personalidad total no es más que una “ficción unificadora, falsa y alienada”.¹³⁵ En *El estadio del espejo como formador de la función del yo [Je] tal como se nos presenta en la experiencia analítica*, Lacan

¹³² C. G. Jung (2009) *op. cit.*, p. 138.

¹³³ S. Freud (2009) *op. cit.*, p. 24.

¹³⁴ S. Freud (1999) “La identificación” en *Obras completas 18*. Buenos Aires: Amorrortu, p. 99.

¹³⁵ J. Prat (2007) *op. cit.*, p. 70.

describe la identificación primaria como un proceso imaginario.¹³⁶ Esta idea se encontrará más tarde en nuestra propuesta sobre las identificaciones que los receptores realizan con los personajes mediáticos en el capítulo VII. La experiencia del niño ante el espejo¹³⁷ es, para Lacan, el lugar donde por vez primera se vislumbra de forma completa, como un cuerpo no fragmentado y no es más que una metáfora de la toma de conciencia o interiorización de que el *yo* es el *otro*. Esta identificación, que para el autor es originaria y fundadora del resto de identificaciones que constituirán el *yo*, resulta ser al mismo tiempo alienante, puesto que el niño se reconoce en lo que sin duda alguna no es él mismo. Como ha expresado Víctor Korman, en Lacan ya no soy *yo*, como en Freud, quien me identifico con el *otro*, sino que “el que (me) identifica es el Otro”.¹³⁸ El llamado por Lacan ‘Otro’ o ‘gran otro’, la imagen completa en el espejo, anuncia uno de los aspectos cruciales en la teoría lacaniana: la relación con la alteridad. Como ha señalado José María Blasco, “en tanto viene a ser otro como yo, mi semejante, viene a ocupar precisamente el lugar que mi imagen ocupaba en el espejo, en el sentido de que por ser la experiencia del espejo formadora, simplemente no hay otro lugar”.¹³⁹

La fragmentación y deshumanización anunciada por los filósofos de la sospecha¹⁴⁰ es uno de los *leitmotiv* del pensamiento posmoderno.¹⁴¹ Desde esta perspectiva, al igual que la razón, el sujeto en tanto noción mayestática es *deconstruido*¹⁴² y redefinido en relación a las nuevas categorías garantes de sentido: la sociedad y la historia. Recordemos que el posmodernismo nace de la desconfianza o la incredulidad respecto a las metanarrativas, la

¹³⁶ J. Lacan (1989) “El estadio del espejo como formador de la función del yo [Je] tal como se nos presenta en la experiencia analítica” en *Escritos I*. Madrid: Siglo XXI, pp. 86-93.

¹³⁷ El espejo bien podría ser cualquiera de las figuras paternas o maternas, entendidas como patrón ideal al que el niño imita inconscientemente.

¹³⁸ V. Korman, citado en J. Prat (2007) *op. cit.*, p. 75.

¹³⁹ J. M. Blasco (1992, octubre) “El estadio del espejo.” Conferencia pronunciada en la Escuela de Psicoanálisis, Ibiza, p. 8.

¹⁴⁰ No entraremos a desarrollar las aportaciones de Karl Marx y Friedrich Nietzsche, puesto que se alejan de nuestro objeto y otros autores los han sistematizado bien.

¹⁴¹ Para entender el pensamiento posmoderno hemos revisado las clásicas obras de: J.-F. Lyotard (1979) *La condition postmoderne*. París: Les Editions de Minuit; D. Harvey (1990) *La condición de la posmodernidad*. Buenos Aires: Amorrortu; y F. Jameson (1991) *El posmodernismo o la lógica cultural del capitalismo avanzado*. Madrid: Paidós Studio. Preferimos hablar de posmodernidad o postmodernidad que de posnacionalismo, modernidad tardía o modernidad radical, como llaman a esta etapa otros autores.

¹⁴² J. Derrida (1998) *Desconstrucción y pragmatismo*. Buenos Aires: Paidós, pp. 151-169.

epistemología, la racionalidad, la metafísica y, también hacia la categoría de sujeto moderno, crítica que se remonta a desarrollos previos de autores como Sigmund Freud, Friederich Nietzsche y Martin Heidegger, entre otros. El sujeto posmoderno, por el contrario, no es un ser pensante y autónomo, sino un ser dependiente de su entorno. Los lazos sociales que funcionaban como herramientas de identificación vinculados al Estado (*yo nacional*) desaparecen para dar lugar a nuevas problemáticas surgidas de la globalización (*yo local-global*). En las sociedades posmodernas, llamadas por Foucault, 'sociedades disciplinarias', los seres humanos se convierten en sujetos articulados por las prácticas institucionalizadoras del poder.¹⁴³ Estas instituciones, mediante diversos dispositivos, transmiten y delimitan conceptos o prácticas normalizadoras, que prescriben cuáles son los comportamientos socialmente aceptados y cuáles los incorrectos. Así, la yoidad podría ser o bien sometida y dependiente de lo otros o bien consciente, pero en ningún caso independiente.¹⁴⁴ Y es que en estas 'nuevas sociedades de control', como las llama Gilles Deleuze; del 'riesgo', en palabras de Ulrich Beck; o 'líquidas', como diría Zygmunt Bauman, se configuran nuevas subjetividades y formas de identificación que precisan ser exploradas. Podríamos expresar a grandes rasgos que la yoidad posmoderna se caracteriza por la flexibilidad y la imprevisibilidad y una tendencia hacia la heterogeneidad¹⁴⁵ y la dispersión.

El hecho de que el sujeto se inserte –nazca y viva– en un entorno caracterizado por el desorden o, más exactamente, por la multiplicidad de posibilidades, hace que su yoidad termine viéndose transformada. La diversidad de relaciones incoherentes y desconectadas que los individuos viven en el seno de la sociedad actual influye de manera crucial en el proceso que nos atañe. Esta desconexión, tal y como ha afirmado Charles Taylor se traduce en una pérdida de resonancia, profundidad o riqueza en nuestro entorno humano; tanto en las cosas que utilizamos como en los lazos que nos

¹⁴³ M. Foucault (1992) "Verdad y poder" en J. Várela y F. Álvarez-Uría (eds.) *Michel Foucault. Microfísica del poder*. Madrid: La Piqueta, pp. 7-31.

¹⁴⁴ M. Foucault (1998) "El sujeto y el poder." *Texto y contexto*, 35, 7-24.

¹⁴⁵ Cf. J. Fredric y S. Zizek (1998) *Estudios culturales*. Buenos Aires: Paidós.

unen con los demás.¹⁴⁶ El individuo ha pasado de formar parte de una comunidad en la que los lazos con los demás eran de gran riqueza, a constituir una serie de “asociaciones móviles, cambiantes, a menudo meramente destinadas para fines sumamente específicos”¹⁴⁷ que hacen que las afiliaciones, las relaciones y los roles adoptados sean meramente parciales o débiles, como anunciara Gianni Vattimo. Estas relaciones inciertas con los *otros*, con el entorno y con nosotros mismos nos propulsan en una multitud de direcciones distintas, provocando el desarrollo de una diversidad tal de roles, como veremos más adelante, que el concepto mismo de *yo*, entendido en su sentido clásico como entidad ‘auténtica’ o ‘única’, dotado de características reconocibles o estables, se esfuma. Tal y como señala el psicólogo e investigador sobre identidades, Kenneth J. Gergen, “el yo plenamente saturado deja de ser un yo”¹⁴⁸ y se convierte en un haz de posibilidades inciertas como diría Lévi-Strauss. De hecho, la ‘unidad’ o ‘estabilidad’ de ese *yo* se encuentra limitada y amenaza por la influencia de la hibridez, la multiplicidad,¹⁴⁹ la ambigüedad y la contingencia¹⁵⁰ de los muy diversos planos de referencia.¹⁵¹ El hecho de poder vivir o inspirarse en tantos mundos posibles hace que el sujeto obedezca al cambio continuo (de lugar de residencia, de vivienda, de pareja, de puesto de trabajo, de vestido o, incluso de rostro). Y la cuestión que inevitablemente nos planteamos aquí es: ¿pero cómo podemos ser múltiples y coherentes a la vez? Las aportaciones de Robert Jay Lifton son muy interesantes a este respecto. Para el investigador la visión unitaria del *yo* corresponde a una cultura tradicional con símbolos, instituciones y relaciones estables. Entre las que, sin duda, podríamos señalar a los medios de comunicación. La noción estática ya no es viable porque la cultura tradicional se ha disuelto y el sujeto se identifica en relación a una pluralidad o conjunto de respuestas. Lifton habla de una personalidad

¹⁴⁶ Ch. Taylor (1996) *op. cit.*, p. 523.

¹⁴⁷ Ch. Taylor (1996) *op. cit.*, p. 524.

¹⁴⁸ K. J. Gergen (1992) *El yo saturado*. Barcelona: Paidós, p. 26.

¹⁴⁹ La multiplicidad del *self* ha sido destacada por P. J. Burke (2009) *op. cit.*, pp. 130-154.

¹⁵⁰ S. Castro-Gómez (2000) “Ciencias sociales, violencia episémica y el problema de la invención del otro” en E. Lander (ed.) *La colonialidad del saber*. Buenos Aires: CLACSO, pp. 145-161.

¹⁵¹ A. Semprini (ed.) (2003) *Lo sguardo sociosemiótico*. Milán: Angeli, pp. 11-29.

proteica o ‘yo proteico’ capaz de adaptarse a transformaciones fluidas “compuesto por ‘fragmentos de identidad’ combinables y cambiantes de una situación –o de una relación– a otra”.¹⁵² Este *yo* proteico, saturado e incierto, como lo ha definido Alain Ehrenberg, obedece a la presión normativa del *culto al resultado*.¹⁵³ El sujeto sufre un sentimiento de insuficiencia y debilidad; huérfano de sus identificaciones pasadas, la dispersión le hace convertirse en un ‘pastiche’ que trata de alcanzar la integridad dedicándose a muchas actividades sin centrarse en ninguna. Y es que como ha expresado Helena Béjar la dispersión está hoy socialmente valorada.¹⁵⁴ No olvidemos que ésta se encuentra íntimamente vinculada a la sobreabundancia de posibilidades ante las que el sujeto adopta sistemas de creencias parciales, que satisfacen sólo un fragmento de su individualidad –el feminismo o el ecologismo, por ejemplo– en lugar de abrazar causas totales.¹⁵⁵ La conversión identitaria, *alternación*, como la ha llamado Ansel Strauss¹⁵⁶, es otra de las claves de la posmodernidad. El sujeto disperso puede cambiar de cultura, religión, partido político o creencias, como quien cambia de traje. Y estos cambios no tienen por qué estar connotados negativamente. Las crisis identitarias, en un sentido psicológico, normalmente arraigadas en la infancia y la adolescencia,¹⁵⁷ como ha descrito Claude Dubar, están presentes ahora durante todo el curso de la existencia, porque ésta ha llegado a ser, para todos y de diversas formas, insegura, y los recorridos vitales son cada vez más diversificados.¹⁵⁸

Para Zygmunt Bauman, el sujeto de la ‘moderna sociedad líquida’ constituye comunidades con identidades incorporadas (‘comunidades de guardarropa’ o de consumo), a través las cuales los clientes y usuarios se

¹⁵² R. J. Lifton (1968) “Protean Man.” *Partisan Review*, 35(1), 12-27; y (1993) *The Protean Self*. Nueva York, NY: Bric Book.

¹⁵³ A. Ehrenberg (1998) *La fatigue d’être soi*. París: Odile Jacob.

¹⁵⁴ H. Béjar (1990) *op. cit.*, p. 217.

¹⁵⁵ *Ibídem*.

¹⁵⁶ A. Strauss (1959) *Mirrors and Masks*. Nueva York, NY: Free Press.

¹⁵⁷ Cf. E. H. Erikson (1974) *op. cit.*

¹⁵⁸ C. Dubar (2002) *op. cit.*, p. 218.

identifican.¹⁵⁹ Así, las agrupaciones sociales más importantes serían, en todo caso, simples multitudes de consumidores, sin grandes objetivos y por supuesto, con limitada vinculación. El *homo consumens* no pretende acumular bienes, como ha remarcado Bauman, sino *usarlos* y *descartarlos* rápidamente para poder adquirir otros nuevos.¹⁶⁰ De la misma manera, tampoco pretende alcanzar una identidad o adscribirse a un grupo de referencia, prefiere adoptar roles dispares y vinculaciones ligeras que le permitan abandonarlas sin temor. Un sujeto que busca en los grupos de pertenencia o comunidades gratificaciones inmediatas, más que convicciones profundas, es en definitiva, como ha expresado el sociólogo, un sujeto más autónomo, pero a la vez más solitario. Este *yo saturado*, como lo llama Kenneth Gergen, puede encontrar cierta coherencia entre todas sus identificaciones o, por el contrario, transformar esta multiplicidad en inadaptabilidad (mal uso de la sobreabundancia de roles). La falta de adaptabilidad, también llamada monoidentidad¹⁶¹ o multifrenia¹⁶², puede convertirse en obsesión por una de las identificaciones (nacional, sexual, étnica, religiosa...) que desplaza o anula a todas las demás, como diría Alain Maalouf.¹⁶³ A esto responde que la riqueza de matices y categorías –el polifacetismo que vimos en el primer capítulo– puede verse oscurecido por el imperio de uno de los discursos.

Pero ¿cómo consigue el sujeto esta coherencia entre sus identificaciones? La mejor manera de otorgar sentido a su subjetividad es mediante el discurso y la narratividad. Y es que, en definitiva, el sujeto ausente, por más que haya desaparecido como entidad, necesariamente desea hacerse presente. Este deseo de sí ya fue anunciado por Michael Foucault en su llamada hermenéutica del sujeto. El pensador francés elabora

¹⁵⁹ Z. Bauman (2003) *Modernidad líquida*. Buenos Aires: FCE, p. 72. Para profundizar en su concepción de la identidad, cf. Z. Bauman (2003) "De peregrino a turista, o una breve historia de la identidad" en S. Hall y P. du Gay (comps.) *op. cit.*, pp. 40-68.

¹⁶⁰ Z. Bauman (2003) *op. cit.*

¹⁶¹ Este monodiscurso es el que termina convirtiéndose en fanatismo.

¹⁶² La multifrenia es entendida como la desconexión de las diferentes identidades cuando los sujetos no alcanzan a crear una narración que les permita integrarlas todas. Cf. A. Carreras y J. L. Linares (2006) "Diálogos sobre personalidad, identidad y narrativa." *Redes*, 16, p. 88. También J. M. Glass (1993) *Shattered Selves*. Nueva York, NY: Cornell University Press.

¹⁶³ A. Maalouf (2004) *Las identidades asesinas*. Madrid: Alianza.

una teoría acerca de los mecanismos por los cuales los individuos como sujetos se identifican, o no, con las posiciones a las cuales se les convoca y pone de manifiesto la relación necesaria entre estos y las prácticas discursivas.¹⁶⁴ También, la filósofa postestructuralista Judith Butler abordó las complejas transacciones entre el sujeto, el cuerpo y la identidad desde una perspectiva discursiva. La autora desarrolla una teoría performativa del lenguaje y el sujeto, y otorga un poder reiterativo al discurso que es capaz de producir los fenómenos de exclusión. Para ella, las identificaciones que se reconstruyen de manera incesante y nunca de manera plena pertenecen a lo imaginario, y son la sedimentación del *nosotros*.¹⁶⁵ En definitiva, no podemos olvidar que el *yo* es un ser de mediaciones que utiliza símbolos, ritos, mitos en forma de narraciones, que le permiten ser en relación a sí mismo y a los *otros*. Como ha subrayado Daniel Innerarity, la individualización no ha de entenderse como un proceso de autoconfirmación, llevado a cabo por un sujeto solitario y emancipado, sino como un proceso de socialización mediado por el lenguaje.¹⁶⁶ Ya que la yoidad, antes de ser interior o exterior, ausente o presente, necesariamente ha de configurarse de manera recíproca y simbólica para tener un sentido. ¿Y cómo puede configurarse? Gracias a la interacción comunicativa y al reconocimiento intersubjetivo, que manifiesta la presencia y la ausencia del sujeto en acción, como veremos a continuación.

2.3.4. La visión narrativa: un análisis interpretativo de la yoidad

Podríamos decir, como Husserl, que el *yo* es una expresión necesariamente ambigua. Es cierto que, en cualquier caso, la aplicación del término tan sólo hace alusión al hablante que se designa a sí mismo. De hecho, la descripción de las identificaciones, nos arrastra forzosamente hacia una espiral de designaciones pronominales. Tal y como menciona Jean-Pierre Boutinet, “la inflación de lo pronominal en los discursos (sí, sí mismo, *yo* mismo, etc.)

¹⁶⁴ Cf. M. Foucault (2005) *Historia de la sexualidad III*. Madrid: Siglo XXI; y (1990) *Tecnologías del yo*. Barcelona: Paidós.

¹⁶⁵ J. Butler (2002) *op. cit.*; y (2007) *op. cit.*

¹⁶⁶ D. Innerarity (2001) *Ética de la hospitalidad*. Barcelona: Península, p. 74; y Cf. D. Schnapper (1998) *La relation à l'autre*. París: Gallimard.

corroborar el lugar adquirido por la individualización”¹⁶⁷ o, como diría Jürgen Habermas, el lugar desde el que el hablante adquiere notoriedad: “La expresión *yo* no solamente tiene sentido deíctico de referirse a un objeto sino que también indica la actitud pragmática o la perspectiva en la que o desde la que el hablante se manifiesta”.¹⁶⁸ Y es que, como apunta Anthony Giddens, “el ‘yo’ es un conector lingüístico que toma su significado de las redes de términos por las que se adquiere un sistema discursivo de subjetividad”.¹⁶⁹ Si bien la capacidad para utilizar el *yo* y otros términos asociados a la subjetividad es una condición para que aparezca la autoconciencia, no es la única que la define en cuanto tal. En cambio, lo que verdaderamente la constituye es el encuentro discursivo con otros y la situación de interacción, donde el sujeto se hace patente en relación y en respuesta, en diálogo, como expondremos.

Para ilustrar nuestro propósito, trataremos las aportaciones clave del paradigma narrativo que es, para nosotros, el más coherente y el que se aproxima mejor a nuestro objeto de estudio. Mientras que el enfoque existencialista se centra en las categorías sociales heredadas o adquiridas y presupone que los sujetos y los grupos actuarán de forma uniforme o predecible, la visión narrativa sitúa al actor en el centro de las relaciones y las historias, que se ven afectadas por el tiempo y el espacio.¹⁷⁰ Este enfoque, por tanto, se aleja de las categorías estatutarias propuestas anteriormente y nos permite resaltar el carácter discursivo, relacional y procesal de la yoidad. Nuestra propuesta se asemeja a la de Anthony Paul Kerbi, que considera que el lenguaje y la narración son las áreas clave de elementos de la vida cotidiana y de la experiencia humana tales como las emociones, los valores, los recuerdos o el sentimiento de historicidad.¹⁷¹ Aspectos que, como veremos, están condicionados por los *media* en gran medida. En este sentido, entendemos, tal y como ha sugerido Margaret R. Somers, que “la vida social

¹⁶⁷ J.-P. Boutinet (1999) *Traité de sciences et techniques de la formation*. París: Dunod, p. 187.

¹⁶⁸ J. Habermas (1988) *La lógica de las ciencias sociales*. Madrid: Tecnos, p. 150.

¹⁶⁹ A. Giddens (1995) *Modernidad e identidad del yo*. Barcelona: Península, p. 72.

¹⁷⁰ M. R. Somers “The Narrative Constitution of Identity.” *Theory and Society*, 23(5), p. 621.

¹⁷¹ A. P. Kerbi (1991) *Narrative and the Self*. Bloomington, IN: Indiana University Press.

es narrada y que la narrativa es una condición ontológica de la vida social”.¹⁷² La autora advierte que mientras que la antigua interpretación de las narratividad estaba limitada a una forma representacional, las nuevas aproximaciones la consideran en clave epistemológica y ontológica.¹⁷³ A partir de aquí se insinúa una cuestión de enorme importancia que iremos desarrollando a lo largo de los siguientes capítulos. A saber que a través de las narrativas, en general, y de las narrativas mediáticas, en particular, conocemos, comprendemos y otorgamos sentido al mundo social, y constituimos nuestras identificaciones. Es así como debemos entender, si seguimos a Somers, que las personas construyen sus identificaciones múltiples y cambiantes a través de un repertorio de historias. A su juicio, la experiencia se constituye a través de narrativas y los sujetos y los grupos dan sentido a lo que sucede recurriendo a varios relatos. Es más, estos son guiados a actuar de una cierta manera y no de otras, en base a una serie de proyecciones, expectativas y recuerdos derivados de los múltiples, pero en última instancia limitados repertorios de narrativas sociales, públicas y culturales¹⁷⁴ entre las que, sin duda, podemos destacar las mediáticas, como veremos. En un reciente estudio publicado en la revista *Theory and Psychology*, Michael Bamberg también ha subrayado la importancia de la narrativa en el estudio de la identidad. El autor se pregunta cómo la investigación narrativa tradicional se ha posicionado como una contribución ‘sustantiva’ y ‘productiva’ en el estudio del *yo*.¹⁷⁵ Y responde que la “narración permite a los hablantes/escritores disociar el habla y escritura propia, y, por lo tanto, adoptar una posición reflexiva en relación al mismo como personaje ficticio en otro tiempo-espacio”.¹⁷⁶ Además hay que tener en cuenta las actividades diarias en las que la yoidad está construyéndose, formándose, preformándose y performándose.¹⁷⁷ El carácter reflexivo de

¹⁷² M. Somers (1994) “art. cit.”, p. 613-614.

¹⁷³ M. Somers (1994) “art. cit.”, p. 606.

¹⁷⁴ M. Somers (1994) “art. cit.”, p. 614.

¹⁷⁵ M. Bamberg (2011) “Who am I?” *Theory and Psychology*, 21(1), p. 5 (T. d. A.).

¹⁷⁶ M. Bamberg (2011) “art. cit.”, p. 7.

¹⁷⁷ Para los enunciados preformativos, cf. J. L. Austin (1971) *¿Cómo hacer cosas con palabras?* Barcelona: Paidós. Y para los actos performativos, cf. J. Butler (1990) “Performative Acts and Gender Constitution” en S.-E. Case (ed.) *Performing Feminism*. Baltimore, MD: Johns Hopkins University Press, pp. 270-282.

ésta, que hemos ido describiendo líneas atrás, manifiesta que la yoidad no puede ser heredada de una cultura fija ni asociada a categorías estatutarias inmutables, sino que se trata más bien del fruto de procesos de construcción. Procesos acontecidos intersubjetivamente, imágenes para sí y para los *otros*; pero, a la vez, adquisición de roles sociales, asumidos e impuestos en interacción. La yoidad podría definirse como un ir haciéndose y deshaciéndose que transforma la imagen estática y singular del *yo* en la múltiple y plural. En este contexto, no deberíamos hablar de un *yo* genérico ni tampoco comprenderlo de forma substancial, sino necesariamente de manera interpretativa, ya que no lo concebimos en claves posesivas sino en actividad, en construcción, en interpretación constante.

A este respecto, las aportaciones del filósofo Ortega y Gasset son esclarecedoras. Tal y como él manifiesta, la vida es quehacer, puesto que el hombre no tiene más remedio que estar haciendo algo para sostenerse en la existencia.¹⁷⁸ Aunque esta aseveración pueda parecer evidente, para comprender la construcción narrativa de la yoidad es fundamental, ya que ésta ha de ser entendida como una *autopoiésis*¹⁷⁹: “Lo único que nos es dado y que *hay* cuando hay vida humana es tener que hacérsela, cada cual la suya. La vida es un gerundio y no un participio: un *faciendum* y no un *factum*”.¹⁸⁰ De la misma manera, la yoidad, el ser, es en gerundio –haciéndose– y nunca en participio –hecha–. Como menciona el filósofo, frente al ser suficiente de la sustancia o cosa que ya tiene su itinerario definido; la vida humana es el ser desprovisto de trayectoria fija, el ente que lo único que tiene propiamente es la necesidad de hacerse a sí mismo y determinar *lo que va a ser*.¹⁸¹ Pero ¿cómo se hace y deshace este sujeto que parece nacer sin una trayectoria única fijada? Como sugiere él, el hombre inventa proyectos de hacer y de ser en vista de las circunstancias, y sobre todo, el hombre se inventa, idea una

¹⁷⁸ J. Ortega y Gasset (1941) *Historia como sistema y otros ensayos de Filosofía*. Madrid: Alianza, p. 13.

¹⁷⁹ Del griego *αυτο* (sí mismo) y *ποιησις* (creación o producción), entendemos aquí este neologismo en el sentido propuesto por Humberto Maturana y Francisco Varela (unos de los primeros en acuñar el término) en tanto condición de existencia de los seres vivos en la continua producción de sí mismos. Cf. H. Maturana y F. Varela (1973) *De máquinas y seres vivos*. Santiago de Chile: Editorial Universitaria.

¹⁸⁰ J. Ortega y Gasset (1941) *op. cit.*, p. 37.

¹⁸¹ J. Ortega y Gasset (1941) *op. cit.*, p. 38.

figura de vida, un personaje (o mejor varios) que va a ser o intentará ser, en función de la circunstancia que se le presente. Al carecer de identidad constitutiva –esencia o substancia permanente en el tiempo– y al no encontrarse adscrito y no poder instalarse de una vez y para siempre a ninguna categoría fijada, el ser puede transitar desde el pasado al presente, siendo *otro* del que era, sin llegar nunca a ser el definitivo. El hecho de que las identidades varíen en el flujo temporal, se adapten a las circunstancias vitales y, sobre todo, se vean profundamente transformadas en la interacción social nos hace considerar que forman parte de una serie de procesos de construcción de significado, como iremos detallando en lo sucesivo. Las nociones ‘identificación’ o ‘procesos de identificación’ que, como ya anunciamos en la introducción de esta tesis, nos serán muy útiles para ilustrar nuestra concepción crítica acerca de la identidad. En definitiva, somos más bien una multiplicidad en construcción, en flujo y en tránsito, motivo por el cual preferimos utilizar estas nociones. Como bien señala Ortega y Gasset, lo único que hay de ser fijo y estable en el ser libre¹⁸² es la constitutiva inestabilidad. Aquí, el sujeto sería creador de su propia entidad cambiante, ya que su ‘sustancia’ es, precisamente, transformación en el fluir temporal en el que se encuentra situado. Pero si nos preguntamos, tal y como él cuestiona, qué es lo que nos hace comprendernos en cuanto seres, podríamos decir que, para acceder a un autoconocimiento, simplemente hemos de narrar o contar una historia, ya que en sus palabras la comprensión de un acontecimiento personal –una vida– o colectivo sólo se vuelve un poco transparente ante la razón histórica.¹⁸³ Al fin y al cabo, somos lo que hemos sido –lo que hemos narrado– personal y colectivamente, es decir, social y culturalmente. Y así, a lo largo de la trayectoria vital, el hombre se va

¹⁸² El hombre libre en este ensayo es para Ortega aquel que tiene posibilidades de elegir.

¹⁸³ J. Ortega y Gasset (1941) *op. cit.*, p. 47. Los antropólogos E. Ochs y L. Capps también han expuesto el vínculo necesario entre el *self* y la narrativa. Para ellos, la narrativa es un recurso esencial en la lucha por traer las experiencias a la conciencia y es el significado por el cual se puede mediar la experiencia en el mundo. Además, las narrativas personales dan forma a como se ve y se siente ante diferentes situaciones. E. Ochs y L. Capps (1996) “Narrating the Self.” *American Review of Anthropology*, 25, 19-43.

definiendo para sí¹⁸⁴ y para los demás por las historias que urde y los personajes que construye:

“El hombre se inventa un programa de vida, una figura estática de ser, que responde satisfactoriamente a las dificultades que la circunstancia le plantea. Ensaya esa figura de vida, intenta realizar ese personaje imaginario que ha resuelto ser. Se embarca ilusionado en ese ensayo y hace a fondo la experiencia de él. Esto quiere decir que llega a *crear* profundamente que ese personaje es su verdadero ser”.¹⁸⁵

Es decir, esas máscaras o imágenes de nuestro *yo* que elaboramos, como si fuésemos un personaje o varios, a través de la narración, serán asumidas como nuestra yoidad, como desarrollaremos en el capítulo III. De hecho, las diversas máscaras pertenecen a nuestro ser social y nos vienen dadas –las creamos– por la necesidad de tomar una actitud ante los demás, afirmando nuestro peculiar modo de ser o, mejor dicho, de querer ser o parecer. Aunque algunas de esas caretas podrían representar a un ser desafortunado, otras a uno enaltecido; en su multiplicidad, nunca nos harán dudar sobre nuestra propia autenticidad. En este sentido, quizás sea preciso indicar que partimos de una concepción narrativa de las identificaciones que, a la luz de la lingüística, la narratología y la hermenéutica, se aparta de cualquier clase de esencialismo. Y es que sin la narración es imposible superar la aporética de la llamada ‘identidad personal’, ya que esa yoidad esencial y sustancial –que hemos desarrollado anteriormente– no es más que una ilusión. De hecho en parte ésta es eminentemente subjetiva. Desde nuestra perspectiva nos centramos más bien –siguiendo a Leonor Arfuch– en la cualidad relacional y contingente de la yoidad, es decir, en “su posicionalidad en una trama social de determinaciones e indeterminaciones, su desajuste –en exceso o en falta– respecto de cualquier intento

¹⁸⁴ Recordemos que tal y como propone Herbert Blumer “el individuo no sólo ‘interactúa’ con en el otro, sino también consigo mismo.” H. Blumer (1982) *op. cit.*, p. 84. Lluís Duch también ha señalado que “los humanos tenemos la continua necesidad de narraciones para presentarnos y representarnos a los otros y a nosotros mismos, al mismo tiempo que descubrimos nuestra propia mortalidad.” Cf. L. Duch (2010) *op. cit.*, p. 242. (T. d. A.).

¹⁸⁵ J. Ortega y Gasset (1941) *op. cit.*, p. 47.

totalizador”.¹⁸⁶ Interpretar la yoidad desde una perspectiva narrativa es crucial, ya que en la variedad de espacios y tiempos, el sujeto se construye por mediación de las experiencias del pasado articuladas en tramas *argumentales* más o menos coherentes, que acostumbran a adoptar la forma narrativa y permiten desarrollar las matrices espacio-temporales. De esta manera, tampoco podemos olvidar el carácter situacional del *yo*, tal y como explica el antropólogo Lluís Duch:

“Desde el nacimiento hasta la muerte, no sólo ‘nos movemos’ incansablemente de situación en situación, sino que incluso, en un *perpetuum mobile*, nos convertimos, en la medida en que las interpretamos, en esta o aquella situación. Nosotros, en cada momento de nuestra existencia, somos aquello que somos capaces de expresar mediante el pensamiento, la acción y los sentimientos”.¹⁸⁷

Pero ¿cómo expresamos estos movimientos que vamos realizando a lo largo de nuestra trayectoria? Los pensamientos, la acción y los sentimientos son representados en palabras, como decíamos líneas atrás, pero sobre todo son estructurados de manera imaginativa, narrativa e interpretativa. Esta visión hermenéutica de la yoidad recalca la importancia de las continuas referencias a relatos y narraciones, bien sean estos propios o ajenos. Y es que en cada circunstancia vital recurrimos a la forma del relato para identificarnos con otros y con nosotros mismos, ya que éste nos facilita la difícil labor de hacernos inteligibles, y sobre todo nos permite hacernos entendedores para los demás, ya que nuestras relaciones con ellos son vividas de forma narrativa. A este respecto, resultan del todo interesantes las aportaciones del psicólogo social Kenneth J. Gergen, que ha consagrado gran parte de su obra al estudio de la yoidad y su construcción narrativa:

“La mayoría de nosotros iniciamos nuestros encuentros con los relatos de la infancia. A través de los cuentos de hadas, los cuentos populares y los relatos de familia recibimos las primeras exposiciones organizadas de la acción humana. Los relatos

¹⁸⁶ L. Arfuch (2002a) “Problemáticas de la identidad” en *Identidades, sujetos y subjetividades*. Buenos Aires: Prometeo, p. 11.

¹⁸⁷ L. Duch (2003) *Escenaris de la corporeïtat*. Barcelona: Publicacions de l'Abadia de Montserrat, p. 247. (T. d. A.).

siguen absorbiéndonos cuando leemos novelas, biografías e historia; nos ocupan cuando vemos películas, cuando acudimos al teatro, y ante la pantalla del receptor de televisión. Y, posiblemente, a causa de su familiaridad, los relatos sirven también como medios críticos a través de los cuales nos hacemos inteligibles en el seno del mundo social”.¹⁸⁸

El hecho de que estemos desde el nacimiento en contacto con una multiplicidad de narrativas y, más aún, el placer innato del ser humano por escuchar y contar historias evidencia claramente la necesidad de la narración para la construcción del conocimiento acerca del sí, de los *otros* y del mundo que nos rodea, como ya hemos sugerido. Estas historias, que primero serán escuchadas en silencio, nacerán en el espacio cotidiano familiar como una sed por acercarse, por una parte, y alejarse, por otra, del mundo circundante que nos rodea. Recordemos cuando el niño solicita a los padres o conocidos: “Cuéntame una historia”. Este relato posiblemente albergará un aprendizaje sobre el mundo ‘real’, al tiempo que abrirá la puerta al mundo de la evasión o el escape de la cotidianidad mundana. Esta primera toma de contacto con lo narrativo comenzará poco a poco a ampliarse y su crecimiento llegará a ocupar casi todos los ámbitos de las relaciones sociales que entabla el individuo con el prójimo. Narraremos y escucharemos historias en todos los ámbitos y posiblemente la mayoría de los días de nuestra vida; y la función de narrar será tal, que llegaremos a narrar sin ser conscientes de ello, a consumir historias ajenas sin darnos cuenta e, incluso, a conferir significado a nuestras vidas y a las relaciones con los demás de manera narrativa. Dar sentido a la experiencia (propia o ajena) se convertirá en la edad adulta en una constante recapitulación –ordenación– de la misma, ya que vivimos mediante narraciones, tanto al relatar como al realizar el *yo*. Desde una perspectiva psicológica Theodore R. Sarbin afirma que “vivimos en un mundo en forma de historia; que nuestra vida es guiada desde el principio por la narración”.¹⁸⁹

En este sentido es importante señalar que –tal y como menciona Kenneth J. Gergen– las exposiciones narrativas están incrustadas en la acción

¹⁸⁸ K. J. Gergen (1996) *Realidades y relaciones*. Barcelona: Paidós, p. 231.

¹⁸⁹ T. R. Sarbin (1986) *Narrative Psychology*. Nueva York, NY: Praeger, p. 23. (T. d. A.).

social y nunca separadas de ella. Mediante estos enunciados, los acontecimientos se hacen visibles y establecen propiamente expectativas de futuro, de hecho, “dado que los acontecimientos de la vida cotidiana están inmersos en la narración, se van cargando de sentido relatado: adquieren la realidad de ‘un principio’, de ‘un punto grave’, de ‘un clímax’, de ‘un final’, y así sucesivamente”.¹⁹⁰ Asimismo, las narraciones del *yo* no son posesiones fundamentalmente del individuo, sino de las relaciones de éste con su contexto, es decir, son productos del intercambio social, comunicativo y mediático. Como alude Gergen, “ser un *yo* con un pasado y un futuro potencial no es ser un agente independiente, único y autónomo, sino estar inmerso en la interdependencia”,¹⁹¹ y comprender la acción de este *yo* no es más que situarla en un contexto de acontecimientos precedentes y consecuentes. El individuo explicaría así, mediante la narración, la relación de acontecimientos relevantes para sí a través del tiempo. Estos hechos son inteligibles por el lugar que ocupan en una secuencia o proceso de desarrollo narrativo.

De este modo, la yoidad no es el fruto de un acontecimiento repentino, sino el resultado de un relato vital o lo que es lo mismo, de un proceso temporal, que podríamos denominar ‘identidad narrativa’, ‘yoidad narrativa’ o ‘identificación narrativa’, como explicaremos a continuación. Las aportaciones del sociólogo fundador de la microsociología o sociología de la vida cotidiana, Erving Goffman, en los años 60, ya apuntaban la importancia del carácter narrativo de los procesos de construcción de la yoidad. Para el investigador, esta última sería “la combinación irremediable de los avatares biográficos que acaba por adherirse al individuo para ayudarlo a fundamentar su identidad”.¹⁹² El desarrollo de la biografía vital de un individuo se produciría de la siguiente manera: “Ese individuo es una entidad alrededor de la cual es posible estructurar una historia: hay un cuaderno que lo está esperando listo para ser llenado”.¹⁹³ Mediante esta descripción en apariencia tan simple, él descubre un matiz de gran relevancia: la yoidad

¹⁹⁰ K. J. Gergen (1996) *op. cit.*, p. 232.

¹⁹¹ *Ibídem.*

¹⁹² E. Goffman (1963) *Estigma, la identidad deteriorada*. Buenos Aires: Amorrortu, p. 74.

¹⁹³ E. Goffman (1963) *op. cit.*, p. 79.

nunca podrá ser definida mediante atributos sustanciales, sino ocasionales. Goffman focaliza así su atención en la importancia de la narración como parte de los encuentros –en forma de interacciones cara a cara– donde los individuos se construyen. La experiencia significativa desarrollada en el seno de las situaciones cotidianas –organizada de forma narrativa– se convierte así en uno de los elementos más idóneos para describir al individuo. Y con ella el método biográfico, como veremos, surge como la forma más adecuada para analizar la manera en que el mundo referencial es construido, como los personajes emergen en el tiempo y en el espacio como protagonistas, antagonistas, héroes o villanos.¹⁹⁴

Algunos años más tarde, el filósofo y antropólogo francés Paul Ricoeur describió, de manera esclarecedora, la ‘identidad narrativa’ desde una perspectiva fenomenológica y hermenéutica en *La metáfora viva*, en *Tiempo y narración* y en *Sí mismo como otro*. A estas obras –sobre todo a las dos últimas mencionadas– acudiremos de manera recurrente en la exploración sobre la condición narrativa e interpretativa de la yoidad ya que revisten un interés especial para esclarecer nuestro objeto de estudio. Ricoeur transita de una yoidad simbólica o simbolizada a una yoidad narrativa o narrada cuyo terreno predilecto es la interpretación hermenéutica. Para el investigador, la ‘identidad narrativa’ no es más que aquella que el sujeto humano alcanza mediante la función narrativa, y la yoidad humana se unifica en el relato de una vida. Ciertamente, es narrándonos como adquirimos una estructura significativa automprensiva y reflexiva sea ésta llamada *yo*, identidad o identificación, porque nos reconocemos en las historias que contamos sobre nosotros mismos. Pero ¿cómo se relacionan o se funden la historia de una vida y el relato de la misma? Recordemos que el vínculo entre vida e historia no es nuevo y se remonta, como ha apuntado Bamberg, a las aportaciones de Sigmund Freud,¹⁹⁵ Henry Murray¹⁹⁶ o Gordon Allport.¹⁹⁷ Para Paul Ricoeur, el relato es la dimensión lingüística que proporciona la dimensión temporal a la vida en cuanto historia contada. Esta unidad o ‘núcleo narrativo’ es la de una

¹⁹⁴ M. Bamberg (2011) “art. cit.”, p. 15.

¹⁹⁵ S. Freud (1979) *La interpretación de los sueños*. Madrid: Alianza.

¹⁹⁶ H. Murray (1938) *Explorations in Personality*. Nueva York, NY: Oxford University Press.

¹⁹⁷ G. Allport (1937) *Personality: A Psychological Interpretation*. Nueva York, NY: Holt.

historia personal volcada al exterior con una intencionalidad ética, que se configura y expresa en el tiempo¹⁹⁸ y que confiere cierta permanencia en el tiempo, haciendo posible la 'identidad narrativa' (yoidad narrativa)¹⁹⁹. La tesis fundamental del pensador sobre la *pertenencia del yo a su mundo* reconoce la temporalidad como la primera instancia –capaz de abarcar toda la problemática de la yoidad– que determina la praxis humana. Pero esta experiencia empírica toma consistencia mediante una única conciencia subjetiva: el lenguaje. Recordemos que el concepto procesos de identificación –tal y como lo llama el antropólogo Lluís Duch– representa bien los determinados trayectos vitales que, a menudo en zigzag, recorren las personas concretas o los grupos humanos.²⁰⁰ Es importante matizar que estos procesos no tienen que ser duraderos y pueden ser muy variables, de hecho, se adaptan a cada circunstancia vital. Las claves para entender esta movilidad vienen dadas no sólo por la tendencia del individuo a identificarse (para sí) o ser identificado (para los *otros*), ni tampoco exclusivamente por la tendencia a proyectarse o asimilarse a una realidad social, sino por el *empalabramiento*²⁰¹ de esta realidad, como diría Lluís Duch. Así, ser o identificarse es en principio *ponerse* en palabras, es decir, *empalabrar* la realidad. Identificar o, más bien, identificarse, sería de esta manera poner nombre sobre clases de objetos, fenómenos, procesos de la realidad cotidiana y sobre uno mismo y, sobre todo, poder dar a conocer a los demás aquello de lo que hablaremos, como diría Paul Ricoeur.²⁰²

El hecho de que el lenguaje sea un proceso temporal y, sobre todo, un componente fundamental de la subjetividad hace que no podamos delimitar un significado unívoco de la yoidad, y por ello la interpretación hermenéutica es una de las claves para el estudio del sujeto humano y para la elucidación de nuestro objeto. Es importante remarcar que para Ricoeur esta sucesión

¹⁹⁸ P. Ricoeur (2007) *Tiempo y narración I*. Madrid: Siglo XXI; y (1996) *op. cit.*

¹⁹⁹ Cf. P. Bühler y J.-F. Habermacher, (1988) "L'identité narrative" en *La narration*. Ginebra: Labor et Fides, pp. 278-300.

²⁰⁰ L. Duch (2004) *op. cit.*, p. 102.

²⁰¹ 'Empalabrar' es un neologismo acuñado por Lluís Duch en sus aportaciones sobre el carácter logomítico del lenguaje. Cf. L. Duch (1995) *Mite i cultura*. Barcelona: Publicacions de l'Abadia de Montserrat.

²⁰² P. Ricoeur (1996) *op. cit.*, p. 1.

temporal de acciones *en* el lenguaje encuentra su síntesis (en forma de secuencia completa) en la *trama* como hilo conductor, es decir, como elemento capaz de otorgar valor de explicación a la interpretación. En la *trama* los acontecimientos adquieren categoría de historia o narración. Además en ella, el *yo* se construye y adquiere categoría de historia o narración relacionada con el mundo de la acción. Éste sería aquél constituido por estructuras inteligibles, sus recursos simbólicos y carácter temporal. La hipótesis lanzada por Ricoeur es que la ‘identidad narrativa’, sea de un individuo sea de una comunidad, sirve de puente entre la historia y la ficción. Y la comprensión de sí es entendida como una interpretación, que tiene a su vez como mediación privilegiada a la narración, basada en signos y símbolos.²⁰³ Para el hermeneuta es claro que el término identidad, que nosotros preferimos llamar identificación, en tanto significa asignar, es una categoría no sólo teórica sino también práctica, ya que consiste en el acto mismo de narrar. De esta manera, las identificaciones, tanto individuales como colectivas van a estar marcadas por la forma de crear el pasado y el presente, y por la manera de configurar la memoria, como veremos más adelante cuando nos adentremos más adelante en la exploración de los imaginarios colectivos y el contexto mediático.

El conocimiento del sí es de esta manera, para Ricoeur, el resultado de una vida examinada, contada y retomada por la reflexión aplicada a las obras, a los textos y a la cultura y, sobre todo, al tiempo: “El tiempo se hace tiempo humano en la medida en que se articula en un modo narrativo, y la narración alcanza su plena significación cuando se convierte en una condición de la existencia temporal”.²⁰⁴ El relato –la *trama* narrativa– es, por tanto, el medio predilecto para desentrañar la experiencia temporal inherente a la ontología del ser en el mundo empírico. Y que tal y como Ricoeur menciona más adelante: “El ser-en-el-mundo es, según la narratividad, un ser en el mundo marcado ya por la práctica del lenguaje correspondiente a esta pre-

²⁰³ J. M. Rubio Ferreres (2001) “Hermenéutica de sí mismo y narratividad” en P. Gómez García (coord.) *Las ilusiones de la identidad*. Madrid: Frónesis-Cátedra, pp. 280-285.

²⁰⁴ P. Ricoeur (2007) *op. cit.*, p. 113; y (1996) *op. cit.*

comprensión”.²⁰⁵ En este sentido, la narración es elevada a condición identificadora no sólo de la existencia temporal sino de la propia conciencia:

“La identificación subjetiva a la que conduce la narración no es otra que una ‘identificación narrativa’. Ello quiere decir que la narración identifica al sujeto en un ámbito eminentemente práctico: el relato de sus actos. Sin narración no hay, pues, identificación posible ni del individuo ni de las comunidades”.²⁰⁶

De hecho, como ya hemos expresado, sin la configuración narrativa no creemos que exista posibilidad identificante ni para el individuo ni para las sociedades. Gracias al relato, podemos responder a la pregunta por un sujeto o por unos sujetos en interacción, ya que la historia narrada dice el quién de la acción. Ser *en* el tiempo y *en* el relato son por tanto, las características principales de la ‘identidad narrativa’ para Ricoeur. Responder a la pregunta por el ser del *yo*, por el sujeto, necesita pasar por la narración de una historia, por el cuento de una vida, en definitiva, ya que somos definidos por la historia y nos definimos a nosotros mismos por ella. Pero ¿cuál es la aportación de la teoría del relato en la construcción del universo del sí mismo? Antes que nada hay que señalar que la poética de la narración prima el discurso en tercera persona en el acceso al conocimiento del hombre, es decir, y como señala Ricoeur: “El héroe es aquel del que se habla”.²⁰⁷ Sin embargo, el sí mismo no se conoce de manera inmediata, sino de forma indirecta, mediante el rodeo de toda clase de signos culturales que implican que toda acción se encuentra simbólicamente mediada y mediatizada, como iremos viendo.

La interpretación hermenéutica es una de las claves que aporta Ricoeur para analizar la yoidad/ sí mismo desde una perspectiva narrativa, ya que el conocimiento de uno mismo consiste en ser una interpretación de sí.²⁰⁸ Pero la interpretación no aparece aquí solamente como propuesta metodológica, sino también como una propuesta ontológica: una búsqueda

²⁰⁵ P. Ricoeur (2007) *op. cit.*, p. 154.

²⁰⁶ M. Maceiras en la presentación a la edición española de P. Ricoeur (2007) *op. cit.*, p. 27.

²⁰⁷ P. Ricoeur (1999) *Historia y narratividad*. Buenos Aires: Paidós, p. 223.

²⁰⁸ P. Ricoeur (1999) *op. cit.*, p. 227.

de sentido para encontrar o desvelar el ser. Este encuentro es posible gracias a la interpretación del *yo*, ya que para el autor, como recalca Marcelino Agís, estudioso de su obra: “Ser viene a coincidir, según la acepción de Ricoeur, con ‘ser interpretado’. El *yo* no puede ser analizado desde sí mismo sino que necesita del gran rodeo (*détour*) de los signos, símbolos y figuras de la cultura”.²⁰⁹

Y nosotros añadiríamos del análisis de los imaginarios mediáticos, como expondremos en el capítulo VI. De esta manera, el sí mismo no sólo sería sólo narrativo o narrado, sino necesariamente también interpretativo o interpretado. Pero ¿cómo es posible encontrar respuestas sobre un acontecimiento o sobre el *yo* de manera interpretativa? Gracias a la comprensión de la conciencia histórica como matriz esencial para alcanzar la autocomprensión. La interpretación, para Ricoeur, no es más que una búsqueda de explicación en la que se establecen afirmaciones sobre el sentido de la historia en términos de fines o de objetivos; se designa la causa más importante y se valora la secuencia de acontecimientos o argumentos en conjunto y en relación a sus consecuencias.²¹⁰ Como menciona él: “Buscamos una explicación precisamente cuando no vemos la relación entre lo que se ha hecho y lo que creemos saber de los agentes; falta este equilibrio lógico: intentamos reconstituirlo”.²¹¹ Esta búsqueda de sentido no es más que una evidencia de la necesidad de esclarecer generalmente el porqué: “Toda narración responde a la pregunta *¿por qué?*, al mismo tiempo que a la de *¿qué?*; decir lo que aconteció es decir por qué eso aconteció”.²¹²

Asimismo, preguntarse por el sujeto nos obliga a transitar desde el quién al qué e intenta responder al por qué. Muy influenciado por el filósofo norteamericano, Arthur C. Danto,²¹³ Paul Ricoeur considera que la explicación no procede de la nada sino que emerge de cualquier discurso que tenga forma narrativa o histórica. De esta forma, una historia –sea de acontecimientos o de vida– narra una secuencia de acciones y de

²⁰⁹ M. Agís Villaverde (1995) *Del símbolo a la metáfora*. Santiago de Compostela: USC, p. 41.

²¹⁰ P. Ricoeur (2007) *op. cit.*, p. 206.

²¹¹ P. Ricoeur (2007) *op. cit.*, p. 221.

²¹² P. Ricoeur (2007) *op. cit.*, p. 255.

²¹³ Cf. A. Danto (1989) *Historia y narración*. Barcelona: Paidós.

experiencias hechas por un número de personajes bien sean estos reales o imaginarios, o bien protagonistas o fondo de la acción. Como menciona el autor: “Proseguir una historia es comprender las acciones, los pensamientos y los sentimientos sucesivos en cuanto presentan una dirección particular”.²¹⁴ Así la idea de sujeto, tal y como es conocido, y la idea de historia serían en realidad mutuamente constitutivas.²¹⁵

Para nosotros, la gran aportación de la visión biográfica o narrativa radica en el resurgimiento del sujeto como ente capaz formularse para sí y para los *otros*. El *yo* no se reduce por tanto a una a una interiorización pasiva de las categorías heredadas (el *yo* nominal adquirido en la infancia), ni a un estancamiento en los roles estatuarios definidos en sociedad (el *yo* socializado), sino que señalaría el paso de una yoidad para los *otros* a una yoidad para sí. De esta manera, ya que el sujeto es por naturaleza social, a la vez que personal, debe organizar tal dialéctica y afrontar siempre, en las interacciones cotidianas, la proyección sobre sí mismo hacia los demás de forma narrativa. Recordemos que las identificaciones narrativas en ningún caso son estáticas y siempre permanecen incompletas. Además, tal y como apuntan Maykel Verkuyten y Angela de Wolf, deben ser entendidas como relatos cargados de valor simbólico.²¹⁶ Las identidades narrativas están en constante proceso de ser complementadas, asimiladas, mezcladas, refinadas, elaboradas y sumergidas en ‘un todo’ de historias que se regulan y se construyen unas a las otras.²¹⁷ Al fin y al cabo, los sujetos devienen cognoscibles para sí y para los *otros*, en cuanto narran sus vidas, y viven las historias que cuentan en sus contextos de referencia, entendidos como lugares específicos, sean imaginarios, simbólicos o reales. No podemos olvidar que estas historias están siempre dirigidas a alguien y en su contenido podemos hallar creencias, valores e ideologías que provienen del

²¹⁴ P. Ricoeur (2007) *op. cit.*, p. 252.

²¹⁵ Para profundizar en esta cuestión véanse las aportaciones del psicólogo M. Freeman (1993) *Rewriting the Self*. Londres: Routledge, p. 28; (2007) “Life ‘on holiday’” en M. Bamberg (ed.) *Narrative-State of the Art*. Ámsterdam: John Benjamins, pp. 155-163; y E. Mishler (2000) *Storylines*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

²¹⁶ M. Verkuyten y A. de Wolf (2002) “Being, Feeling and Doing.” *Culture and Psychology*, 8(4), 371-399.

²¹⁷ M. Verkuyten y A. de Wolf (2002) “art. cit.”

contexto sociocultural, el cual está muy influido por las narraciones mediáticas. Tal y como ha precisado el psicólogo Adolfo Pizzinato, seguidor de la identidad narrativa: “No se *posee* una identidad, sino que se es más bien un yo fracturado, producto de un complejo entramado de actitudes y creencias”.²¹⁸ Y es que, como hemos ido reiterando líneas atrás, las identificaciones son construcciones discursivas que nos permiten definirnos en términos sociales y culturales. Las personas, para Pizzinato, desarrollan estrategias retóricas en el contexto de las interacciones comunicativas, que darán el apoyo necesario para la constitución de un sentido de sí, al mismo tiempo imaginario y discursivo.²¹⁹

Desde esta perspectiva, hemos de sobrepasar la cuestión del lugar (interior o exterior), en cuanto espacio donde el *yo* se instaura, y entender el *yo* narrativo mejor en un sentido moral como sugiere el filósofo canadiense Charles Taylor, en su obra *Fuentes del yo*. Para él, la localización interior-exterior no es universal y se trata de un modo de autointerpretación limitado, que simplemente ha sido aceptado por ser el predominante en el Occidente moderno.²²⁰ Ser un *yo*, a su juicio, es mucho más que ocupar un lugar u otro, y tiene más que ver con ser capaz de encontrar un punto de vista propio, una perspectiva moral acerca de cómo uno ha de ser.²²¹ La propia identidad para el autor es definida por los:

“Compromisos e identificaciones que proporcionan un marco u horizonte dentro del cual yo intento determinar, caso a caso, lo que es bueno, valoro lo que se debe hacer, lo que apruebo o a lo que me opongo. En otras palabras es el horizonte desde el cual puedo adoptar una postura”.²²²

Pero estudiar a las personas, necesariamente, requiere tener en cuenta que los seres sólo existen en un cierto lenguaje o en parte son constituidos por ese lenguaje. Por este motivo, Taylor se propone responder

²¹⁸ A. Pizzinato (2008) “Identidades contemporáneas.” *Revista de Psicología Argumento*, 26(55), pp. 353-354.

²¹⁹ A. Pizzinato (2008) “art. cit.”, p. 353.

²²⁰ Ch. Taylor (1996) *op. cit.*, p. 127.

²²¹ Ch. Taylor (1996) *op. cit.*, p. 128.

²²² Ch. Taylor (1996) *op. cit.*, p. 43.

a la pregunta antropológica, por excelencia, “¿quién soy?” no duda en resolverla mediante una solución comunicativa:

“Yo defino quién soy al definir el sitio desde donde hablo sea en el árbol genealógico, en el espacio social, en la geografía de los estatus y las funciones sociales, en mis relaciones íntimas con aquellos a quienes amo, y también, esencialmente, en el espacio de la orientación moral y espiritual dentro de la cual existen mis relaciones definidoras más importantes”.²²³

De hecho, únicamente somos en virtud de lo que es significativo para cada uno de nosotros. En este sentido, el papel del lenguaje y la interacción narrativa –la conversación, propiamente dicha– son cruciales para definir los elementos característicos del individuo. El vínculo entre el sentido individual del *self* y sus dimensiones sociales puede constituirse como una parte integral de las actividades discursivas y conversacionales.²²⁴ En diálogo, el sujeto puede definirse a sí mismo para sí y en el espacio común o en el encuentro para los *otros*. Valga añadir que no es posible ser un *yo* solitario, como ya hemos remarcado, puesto que el ser se constituye en relación con ciertos interlocutores. Los compañeros de conversación²²⁵ son para Taylor aquellos que permiten los lenguajes de autocomprensión y los que en cierta medida otorgan sentido a la autonarración. El *yo*, por tanto, sólo tiene entidad en la llamada ‘urdimbre de interlocución’, es decir, aquella situación de carácter narrativo que proporciona sentido a los individuos y que les permite definir sus vidas.²²⁶ La narrativa tendría aquí un papel estructurador: nuestras vidas se despliegan en forma de historia; pero también y, primordialmente, otorgarían sentido: lo que *yo* soy ha de entenderse como lo que he llegado a ser. El *yo* narrativo, por tanto, es la historia que cada uno está inducido a contarse a sí mismo y a los *otros*. Por eso, la dimensión

²²³ Ch. Taylor (1996) *op. cit.*, p. 51.

²²⁴ Cf. J. Potter y M. Wetherell (1987) *Discourse and Social Psychology*. Londres: Sage.

²²⁵ Como apunta Charles Taylor: “cuando tú y yo hablamos sobre algo hacemos de ese algo un objeto para nosotros dos, es decir, no sólo un objeto para mí, que también es un objeto para ti y tú sepas que lo es para mí, etc. En un sentido fuerte el objeto es para *nosotros* lo que en otro lugar he intentado describir con la noción de ‘espacio común’ o ‘público’.” Ch. Taylor (1996) *op. cit.*, p. 52.

²²⁶ Ch. Taylor (1996) *op. cit.*, pp. 61-65.

biográfica es para nosotros un componente esencial de la persona. De hecho, como ha formulado Bamberg, “los relatos biográficos y la biografía, preferiblemente la autobiografía o la historia o la vida, se convierten en los espacios privilegiados para la investigación de identidad”.²²⁷ Aquí la construcción del *yo* está estrechamente vinculada con la habilidad para conferir significados a nuestros actos, dar sentido a nuestros planes o configurar nuestras ilusiones. Y entrarían en juego los sentimientos, motivaciones y deseos arraigados en el inconsciente, las emociones y otros elementos que también serán clave en los procesos de recepción mediática.

La dimensión narrativa de la identidad biográfica conecta también con la idea tradicional de texto o textualidad, una noción cuya relación con la yoidad describe el filósofo madrileño Carlos Thiebaut. De la misma manera que somos al producir un texto autobiográfico (en el mero ejercicio de vivir), también somos producidos por un texto, es decir, guardamos en él las múltiples señas de nuestra yoidad. En sus palabras ser un *yo* significaría:

“En primer lugar, que soy narrado, como resultado de mi texto (la textualidad de mi identidad, en el sentido que mi identidad siempre exige un texto en el que aparece y del que es fruto) y en segundo lugar, que soy narrador, como el sujeto de actividad que exige las palabras que pone ese texto para poderse decir”.²²⁸

Nuestras múltiples identificaciones se construirían así, en los diversos relatos que nos contamos y en el hecho mismo de relatar, convirtiéndose en un efecto del lenguaje contingente y provisional.²²⁹ Por ello, ninguna yoidad puede estar concluida ni pertenece a un solo momento o a un solo espacio. Como indica Thiebaut: “Los procesos de interacción social y de argumentación práctica se perciben y se construyen en estructuras narrativas modales y temporales”.²³⁰ La idea de la construcción textual de nuestras identificaciones señala principalmente el carácter complejo y subjetivo del *yo*, ya que el sujeto textual no puede entenderse en una única

²²⁷ M. Bamberg (2011) “art. cit.”, p. 14.

²²⁸ C. Thiebaut (1989) “Sujeto complejo, identidad narrativa, modernidad del sur” en C. Castilla del Pino (comp.) *Teoría del personaje*. Madrid: Alianza Universidad, p. 124.

²²⁹ Cf. D. Fuss (1989) *op. cit.*

²³⁰ C. Thiebaut (1989) “art. cit.”, p. 127.

dimensión, sino más allá del propio texto. Más que ser producto de un relato, el individuo se constituye como una forma de relatar o una pluralidad de relatos que evidencian su condición fragmentada. En definitiva, el gran salto que nos permite dar la perspectiva narrativa es la asunción de que el *yo* es un efecto del lenguaje, y como tal es contingente y provisional y, sobre todo, se encuentra muy condicionado por los discursos poderosos de una cultura o sociedad. Pero no podemos olvidar que, como ha manifestado Bamberg que la narración es, ante todo, un acto verbal, performado a un nivel corporal, situado siempre en su contexto de interacción; y desde aquí podría comenzar a migrar hacia otros medios de comunicación y expresión, contextualizados de forma diferente.²³¹ En definitiva, el condicionamiento de los medios de comunicación sobre los procesos de configuración de identidades, como veremos, no pueden ser reducidos al sentido verbal utilizado o a los mensajes transmitidos, sino a las actividades de narrar y de performar, que se encuentran vinculadas a las nociones de cuerpo y de corporeidad.²³²

2.4. LA CORPORALIDAD DEL ENTE: EL CUERPO Y LA CORPOREIDAD SIMBÓLICA

Quizás sea necesario aclarar que para nosotros, tal y como hemos anunciado, ser un *yo* es, además de ser un ente con una conciencia, una conducta, es decir, una manera de comportarse y representarse para sí y para los demás y, por tanto, es también ser un cuerpo. Éste, además de ser un organismo viviente, es principalmente una herramienta de significación –una corporalidad– clave para la comprensión de los procesos de identificación, como veremos en lo sucesivo.

Tal y como menciona Lluís Duch en su valioso estudio *Escenaris de la corporeïtat*,²³³ al que nos referiremos en varias ocasiones en este apartado, “habrá que tener en cuenta que el cuerpo constituye el ámbito más próximo y más importante de la relacionalidad propia del ser humano”.²³⁴ Además, cada situación social se halla confinada por el carácter previo o la imposición

²³¹ M. Bamberg (2011) “art. cit.”, p. 10.

²³² Cf. D. Punday (2003) *Narrative Bodies*. Nueva York, NY: Palgrave.

²³³ L. Duch (2003) *op. cit.*

²³⁴ L. Duch (2003) *op. cit.*, p. 14. (T. d. A.).

corporal: el cuerpo y su actividad se suponen en cada situación rutinaria, como es evidente. De hecho, el acceso al mundo y al propio *yo* –la experiencia vital propiamente dicha– se construye en función de los límites que el cuerpo propio dicta. El estudio de éste es por tanto imprescindible en el acercamiento a la noción de sujeto, ya que más que tratarse de un objeto aislado, es la condición esencial y primigenia de todas las experiencias vitales y, en gran medida, de muchas de las experiencias mediáticas que exploraremos más adelante. Mediante un análisis de las nociones de cuerpo y corporalidad, unidades antropológicas por excelencia, expresaremos las limitaciones del esencialismo ontológico y del existencialismo dogmático. Asimismo, expondremos la necesidad de explorar el *yo* narrador y narrado en tanto corporalidad simbólica. Partimos de una concepción del cuerpo polisémicas,²³⁵ como la llama David Le Breton, que nos lleva necesariamente a explorarlo desde una perspectiva transdisciplinar. Como es evidente, no nos interesan aquí las aportaciones provenientes de la física o la biología, y nos centraremos –como venimos haciendo a lo largo de este capítulo– en las aportaciones de cariz antropológico, filosófico, psicosocial y comunicativo. La noción de cuerpo ha tenido siempre un papel secundario en los estudios de ontología y esto es debido, en cierta medida, al valor primigenio otorgado a la mente desde la filosofía occidental y la religión judeocristiana, tradiciones muy ancladas en nuestra herencia cultural. La ciencia cognitiva y la racionalidad europeas han sido las tendencias imperantes que han suscitado la idea comúnmente aceptada de que *el mundo es como es*. En este contexto, la infravaloración del cuerpo humano y de las estructuras de comprensión que surgen de nuestra experiencia corpórea han sido ignoradas y convertidas en el elemento accidental del ser. El objetivismo y el esencialismo ignoraban al cuerpo ya que éste introducía demasiados interrogantes y suspicacias, además de abrir una brecha de subjetividad insondable. El acceso al conocimiento y la naturaleza objetiva de las cosas mediante los sentidos parecía obnubilar las verdades absolutas y los significados convencionales fácilmente alcanzables por la mente o la conciencia.

²³⁵ D. Le Breton (1998) *Anthropologie du corps et modernités*. París: PUF, p. 22.

Tal y como menciona Mark Johnson, la razón (pensada de manera objetivista tal y como había sido concebida por la herencia de la Ilustración) no necesitaba ligarse al cuerpo porque “no estaba vinculada a ninguno de los aspectos corporales de la comprensión, como los esquemas de las imágenes y sus elaboraciones metafóricas”.²³⁶ Además, las clásicas dicotomías mente-cuerpo, interior-exterior, esencia-existencia fueron firmemente reforzadas por la filosofía idealista. Como señala Antonio Blanch, los autores clásicos antiguos, entre los que podríamos destacar a Sófocles o Eurípides, así como Sócrates, describieron la identidad humana (*andreaia*) como resultado del ejercicio de las virtudes que surgen directamente del centro del espíritu o esa parte esencialmente constitutiva que llamaban *psyché* (alma).²³⁷ Es decir, consideraban que el alma era la parte central o esencial de la yoidad, olvidando la importancia del cuerpo. Asimismo, el cartesianismo estimuló la creencia de una disociación inalterable entre nuestro lado cognitivo, aquél formal y racional, que para Descartes, como ya describimos en el capítulo II, era la *res cogitans*; y nuestro lado corporal, aquél material y emocional, llamado por el autor *res extensa*. Descartes considera el cuerpo propio como un cosa inferida desde el *yo* pensante y consciente, el *cogito*, que en principio es ajeno a la actividad propia de ese *yo*. Esta cosificación del cuerpo lo reduce metódicamente y lo termina desnaturalizando frente al valor otorgado a la *res cogitans* de naturaleza supraorgánica y espiritual.²³⁸ La derivación más significativa de esta separación entre mente y cuerpo es el destierro de lo perceptivo, lo imaginativo y lo emotivo a un lugar accesorio y de menor trascendencia. Elementos fundamentales para comprender la dialéctica entre las narrativas mediáticas y los procesos de identificación. Recordemos que la tradición cartesiana sostenía que la racionalidad era incorpórea y admitía que tenemos un acceso más profundo al conocimiento de nuestras mentes que al de nuestros cuerpos. Pero esta visión, que en principio parece axiomática y aún hoy está tan comúnmente aceptada en algunos ámbitos de nuestra sociedad, podría plantear dudas capitales entre los escépticos.

²³⁶ M. Johnson (1991) *El cuerpo en la mente*. Madrid: Debate, p. 18.

²³⁷ A. Blanch (1995) *El hombre imaginario*. Madrid: UP Comillas, p. 63.

²³⁸ Cf. R. Descartes (1939) *op. cit.*

De hecho, para nosotros, como veremos, el cuerpo es una parte esencial, una herramienta crucial en los procesos de identificación y clave en la interacción entre sujetos. Hemos de reconocer el rol conformador de la subjetividad de las personas como seres individuales y sociales y, en este sentido, la imagen corporal –corporeidad simbólica– y el cuerpo individual y social son fundamentales –tal y como apunta la antropóloga María Luz Esteban– en la construcción de la propia subjetividad y de la pertenencia a los diferentes grupos. Y es que “en cualquier cultura el cuerpo está íntimamente ligado a lo social, ya que toda práctica social es, de una manera u otra, una experiencia corporal”.²³⁹ No podemos olvidar que:

“En la sociedad occidental las actividades corporales de todo tipo han proliferado y se han convertido en objetivos fundamentales en la vida de muchas personas, y nuestra educación tiende a modelar nuestro cuerpo y a adecuarlo a las exigencias y normativas de la sociedad en que vivimos, teniendo el cuerpo una función muy relevante como mediador cultural”.²⁴⁰

De hecho, aunque el sujeto tenga acceso a su mente y ésta se haga vigente mediante ideas y representaciones, no podemos demostrar que estas imágenes mentales o pensamientos sean equivalentes en exactitud a la realidad exterior.²⁴¹ El acceso al conocimiento, por lo tanto, no podría ser literal ni absoluto, sino que debería ser subjetivo. Para François Chirpaz, el problema de la tradición dualista, heredada en Occidente, no es ya la distinción entre fenómenos de dos órdenes (cuerpo-alma o cuerpo-mente), sino la creencia en sustancias estancas y herméticas que pertenecen a realidades totalmente diferentes.²⁴² Así planteado, el cuerpo no era más que el envase de la esencia imperturbable del sujeto y desligaba totalmente la mente de la experiencia, ya que ésta no podía afectarse por ninguno de los avatares cotidianos –vivenciados a través del cuerpo– y permanecía intacta pese a los cambios del exterior. Desde nuestra perspectiva, por el contrario,

²³⁹ M. L. Esteban (2004) *Antropología del cuerpo*. Bellaterra: Ediciones Bellaterra, p. 67.

²⁴⁰ *Ibídem*.

²⁴¹ En parte sí lo son ya que constituyen la realidad humana conocida, propiamente dicha.

²⁴² F. Chirpaz (1963) *Le corps*. París: PUF, p. 100.

los cambios que el sujeto experimenta en su corporalidad afectan de manera determinante, ya que el sujeto actúa desde el cuerpo y se hace presente en el espacio y en el tiempo²⁴³ mediante la manifestación de su corporalidad. Quizás nuestro lector se pregunte en qué sentido se relacionan estas aportaciones con nuestro objeto de estudio. En primer lugar, los procesos mediante los cuales los sujetos se identifican están enmarcados en el cuerpo. Y en segundo lugar, los relatos mediáticos identitarios construyen poderosos modelos acerca del mismo, capaces de condicionar la configuración psicofísica de la corporeidad.

Los estudios empíricos han evidenciado que la experiencia humana es necesaria para definir y comprender los marcos conceptuales, o lo que es mismo, que la acción y la experiencia son elementos fundamentales para crear esquemas de comprensión y conocimiento. Por eso, es importante reflexionar sobre el estatuto de la corporalidad en la formación del sujeto, ya que esta nos permite tomar conciencia de nuestra yoidad. Consideramos que la razón, tan cabalmente impulsada desde Occidente, no se encuentra separada del cuerpo sino que está corporizada en tanto “somos en el mundo”. Recordemos que la doctrina kantiana también propugnó la división entre lo corporal, como medio de acceso al mundo sensible, y lo racional, como medio de comprensión sometido a la conciencia. De esta manera, la razón trascendía al cuerpo y lo utilizaba como mero instrumento o soporte de la misma. Pero no podemos olvidar que el significado y la racionalidad no son independientes ni de la representación-percepción ni de la experiencia corporal. A continuación, reseñaremos, sumariamente, las aportaciones teóricas más congruentes para nuestra investigación que nos permitirán a su vez desarrollar nuestra propia propuesta.

Podríamos considerar a Maine de Biran como uno de los revalorizadores del estudio del cuerpo propio desde una perspectiva filosófica.²⁴⁴ El punto crucial de la aportación del estudioso en relación al tema que nos ocupa es el desarrollo de un *yo* conformador de la totalidad

²⁴³ Cf. J. Jiménez (1993) *Cuerpo y tiempo*. Barcelona: Destino.

²⁴⁴ F.-P.-G. Maine de Biran (1966) *De la existence*. París: Vrin; y G. Romeyer-Dherbey (1974) *Maine de Biran ou la pensée de l'immanence radicale*. París: Seghers.

humana como “un cuerpo subjetivo”.²⁴⁵ Otorgar al cuerpo un valor de subjetividad –terreno predilecto y exclusivo de la mente o la razón– fue una novedad en aquella época. De hecho, el cuerpo en el racionalismo u objetivismo aparecía, como ya mencionamos líneas atrás, como un hecho secundario y accidental dominado por la mente y la conciencia del individuo. Para Maine de Biran, decir “soy” es como expresar “quiero, muevo, hago”. En este sentido, el papel de la acción –y por tanto el del cuerpo– tienen un rol propio para el desarrollo del individuo y su subjetividad. Entre el *yo* y el cuerpo no hay prioridades substanciales porque ambos forman parte de una relación de coexistencia. Aunque sí que es cierto que existen evidentes características que los diferencian: mientras el cuerpo pertenece al campo de la contingencia, sin la cual el *yo* no tomaría presencia; éste último, por su parte, pertenece al de campo de la acción, ya que se manifiesta en su intencionalidad, en su referencia a un objeto, es decir, en su corporalidad. El cuerpo propio aparece como el mediador ante la intimidad del *yo* y la exterioridad del mundo. Esta visión admite la presencia de un cierto dualismo ya que distingue entre cuerpo y *yo*. Si bien es cierto que podría pensarse que el cuerpo para De Biran no es más que el envase que contiene al *yo* y la herramienta que se encarga de relacionar la subjetividad interna con el mundo externo, no es así. Sus aportaciones superan esta dicotomía, ya que ambos aparecen como una realidad íntegra que define al individuo. Su dualismo es más bien de cariz ‘existencialista’²⁴⁶ ya que el *yo* necesita al cuerpo (sin él no tendría existencia) y adquiere su conciencia de sí a través de la corporalidad y de la experiencia exterior. El *yo*, por tanto, no es una substancia estanca que permanece en el interior, sino que se trata de un principio que actúa *en* el cuerpo. Tal y como menciona Morera de Guijarro, el cuerpo es para De Biran el “auténtico orientador de la vida humana en tanto se manifiestan en él inclinaciones afectivas e instintivas con las que el *yo* impregna, sin saberlo siquiera, el mundo circundante, e incluso, nos hace

²⁴⁵ M. Henry (1987) *Philosophie et phénoménologie du corps*. París: PUF, p. 15.

²⁴⁶ J. Marías (1954) *San Anselmo y el insensato y otros estudios de filosofía*. Madrid: Revista de Occidente, p. 236.

sentirnos, sin motivo alguno, alegres, tristes o irritados”.²⁴⁷ Las emociones, como desarrollaremos, tienen un vínculo directo con nuestro objeto de estudio, dado que los procesos de identificación que los sujetos y los grupos realizan respecto a los medios son, además de cognitivos, afectivos.

Desde la antropología filosófica, el cuerpo tampoco aparece como un elemento accidental, tal y como propugnaba el platonismo y el racionalismo occidental, sino que emerge más bien como parte fundamental del ente. La concepción unitaria, que explicaremos a continuación, planteaba que los seres humanos tenemos y somos cuerpos. Ésta sería la conocida posición antropológica de Helmut Plessner que durante décadas ha continuado siendo visitada por numerosos investigadores –entre los que nos situamos– contrarios al dualismo mente-cuerpo. El investigador expone que el ser humano habita *en* un cuerpo pero que al mismo tiempo *es* un cuerpo. En este sentido, la corporalidad no es sólo el lugar donde habita el *yo*, sino también una parte substancial del mismo.²⁴⁸

A cerca de la naturaleza corporal propia del ser humano son esenciales también las reflexiones de Max Scheler en su obra *El puesto del hombre en el cosmos*,²⁴⁹ donde defiende la unidad del ser humano frente a cualquier tipo de dualismo. A igual que Plessner, Scheler señala que el hombre *es* y *tiene* un cuerpo. Esto implica que la corporalidad tiene un carácter ontológico, pero al mismo tiempo es existencial y deviene cognoscible en la praxis. Quizás, la puesta en acción mediante el cuerpo y desde el mismo sea el elemento más relevante para el estudio de la yoidad. Scheler subraya que el hombre es capaz de separarse subjetivamente del cuerpo, hecho inaccesible para los animales que viven cautivos en él, y adoptar una actitud crítica, desde la cual observar la realidad. Asimismo, apunta que “recogimiento, autoconciencia y capacidad de transformar en objeto la resistencia originaria al impulso constituyen *una estructura única e*

²⁴⁷ J. I. Morera de Guíjarro (1987-1988) “Problemática del Yo en Maine de Biran.” *Logos*, 22, Madrid, p. 188.

²⁴⁸ Cf. H. Plessner (1978) *La risa y el llanto*. Madrid: Revista de Occidente; y (1978) *Más acá de la utopía*. Buenos Aires: Alfa.

²⁴⁹ M. Scheler (1982) *El puesto del hombre en el cosmos*. Barcelona: Alba Editorial.

indivisible que es exclusiva del hombre”²⁵⁰ y que lo hacen diferente del animal. Por lo tanto, la diferencia del hombre y el animal no puede resumirse en el uso de razón o la inteligencia humana exclusivamente. A su juicio, el hombre posee una estructura ontológica *única e indivisible* donde la mente y el cuerpo son particularidades o categorías substanciales que pertenecen en igual medida al sujeto, y se posiciona en contra del dualismo de Descartes:

“Hoy vuelve a considerarse al *cuerpo entero*, y no únicamente al cerebro, como el campo de procesos fisiológicos paralelos a los procesos psíquicos. Ya no puede hablarse con seriedad de una conexión tan superficial entre la sustancia anímica y la sustancia corporal como la supuesta por Descartes”.²⁵¹

Para Scheler, desde un punto de vista ontológico, los procesos vitales fisiológicos y psíquicos son rigurosamente idénticos y pertenecen a una misma *unidad de vida*²⁵² o proceso vital unitario. De hecho, para él, el problema de la relación de cuerpo y alma, que viene arrastrándose durante siglos ha perdido su rango metafísico. Quizás nuestro lector se pregunte ¿por qué es relevante considerar la corporalidad en un estudio sobre los procesos de identificación? El hecho de que los seres humanos vivan *en* un cuerpo y *sean* un cuerpo nos lleva necesariamente a analizar dos cuestiones como son el lugar del *yo* y su carácter ontológico, hechos que hemos tratado de elucidar en los primeros apartados de este capítulo. Pero el estudio del cuerpo también nos traslada al terreno de la subjetividad y es también importante para la comprensión y la expresión del *yo*. De hecho, tal y como menciona el antropólogo Lluís Duch, el cuerpo no es simplemente un artefacto objetivo u objetivable, “sino una forma de presencia que afecta todos los momentos y todas las situaciones de la existencia del hombre y que deberá de expresarse simbólicamente en el trayecto biográfico de cada persona.”²⁵³

Si pensamos en la tradición teórica que entiende la yoidad y la actividad humana como una representación, bien sea ésta para sí o para los *otros*, sería crucial plantear el papel del cuerpo en la cultura, ya que se trata

²⁵⁰ M. Scheler (1982) *op. cit.*, p. 71.

²⁵¹ M. Scheler (1982) *op. cit.*, p. 106.

²⁵² M. Scheler (1982) *op. cit.*, p. 109.

²⁵³ L. Duch (2003) *op. cit.*, p. 19.

de la parte más ostensible del ser humano. De hecho, éste se hace presente de manera simbólica, en forma de corporeidad y adquiere significado en función de los diferentes contextos en los cuales se inserta. La corporeidad se adopta a los diferentes significados asignados/ofrecidos por una cultura concreta y se nutre de los diferentes momentos del trayecto biográfico del individuo. Precisamente, es este carácter simbólico y situacional del cuerpo el que nos interesa resaltar, ya que es el que interviene crucialmente entre la persona y el conjunto social.

Esto se hace particularmente evidente si pensamos que el *yo* se encuentra siempre en un contexto determinado y, por tanto, nunca es observable en el vacío ni al margen del entorno que le rodea. Aquí es donde estriba la clave de nuestra propuesta: el cuerpo es una construcción simbólica y no una realidad en sí, como bien ha sugerido David Le Breton en *Anthropologie du corps et modernités*.²⁵⁴ Es por ello, que no podemos considerar al alma ni al cuerpo como entidades separadas, como sustancias esenciales o realidades en sí. Dicho de otro modo: “Nunca tengo un acceso directo a mí mismo, sino que siempre lo hago a partir de la situación en la cual me encuentro en un momento determinado de mi periplo existencial”.²⁵⁵

Investigar sobre la corporeidad es central en un estudio interpretativo sobre los procesos de formación del *yo*, puesto que el valor simbólico del cuerpo influye directamente en el significado y el desarrollo de nuestra realidad cotidiana. Nuestra experiencia sensorial y emocional que vivimos *desde y en* el cuerpo influye necesariamente en nuestro estado mental y, por lo tanto, en nuestra comprensión y construcción de la realidad.²⁵⁶ El cuerpo humano participa de manera activa en todos los avatares biográficos del individuo y, sobre todo, cobra especial relevancia en sus acaecimientos diarios haciéndose presente mediante su capacidad escénica, dialógica o adverbial. De hecho, podríamos decir que el cuerpo humano se comporta como un objeto semiótico (dotado de semiosis ilimitada) en tanto que representa y es representado mediante diversos lenguajes como son los

²⁵⁴ D. Le Breton (1998) *op. cit.*, pp. 13-24.

²⁵⁵ L. Duch (2003) *op. cit.*, p. 244.

²⁵⁶ De hecho en muchas ocasiones las situaciones sociales que vivimos nos afectan corporalmente.

movimientos, los gestos, las palabras, las posturas, los silencios o los vestidos u adornos que lo cubren... El cuerpo humano no es, por tanto, una realidad inmutable, sino una corriente incesante de expresiones diversas que necesita ser interpretado, o tal como menciona Duch “se ve obligado a interpretar e interpretarse, porque, de una manera radical, es, y nunca puede dejar de serlo, *capax symbolorum*”.²⁵⁷

Sobre el papel del cuerpo y su relación con la realidad diaria, son interesantes las aportaciones del filósofo estadounidense Mark Johnson. Para el autor, “nuestra realidad está moldeada por los patrones que rigen nuestro movimiento corporal, por los contornos de nuestra orientación espacial y temporal y por las formas de nuestra interacción con los objetos”.²⁵⁸ Johnson introduce cuatro factores que tienen más trascendencia de la que parece, pero que no desarrolla en profundidad y que nosotros entendemos así: el primero de ellos es el movimiento, la forma más elemental de vivenciar la corporalidad; el segundo es el espacio o aquel elemento que quizás abre más cuestiones paradigmáticas sobre nuestra subjetividad, ya que entre otras cosas evidencia nuestra situación efectiva y el lugar que ocupamos dentro de nuestra comunidad o sociedad; el tiempo es el tercer elemento, para nosotros la matriz incommovible e insuperable que pasa sobre el cuerpo y lo termina aniquilando; el cuarto elemento que menciona Johnson es la interacción con los objetos, que representaría lo tangible por excelencia. Ahora bien, desde nuestro punto de vista sería importante añadir un quinto aspecto (que Johnson no considera) que es la relación con los otros entes en cuanto cuerpos. Recordemos que nos hacemos tangibles corporalmente en cuanto que nos relacionamos con otros cuerpos que funcionan como reflejos instintivos para el desarrollo de nuestro propio *yo* corporal, que no tiene por qué ser tangible y que puede ser, además de representado, configurado por los *media*. Esta idea, que recuerda a la identificación psicoanalítica, ha sido desarrollada por Alfred Schütz en *Las estructuras del mundo de la Vida*. Él señala la importancia del cuerpo en el acceso a la vida consciente, única ‘realidad’ a la que se supone tenemos acceso directo, y se sirve del acceso al

²⁵⁷ L. Duch (2003) *op. cit.*, p. 291.

²⁵⁸ M. Johnson (1991) *op. cit.*, p. 23.

conocimiento del *otro* para ejemplificar el poder de lo corpóreo: “El otro se me aparece en su corporeidad viva: su cuerpo es para mí un campo perceptible y explicable de expresión, que hace accesible para mí su vida consciente”.²⁵⁹ Es por ello que la interacción con los otros cuerpos para acceder al conocimiento del sí es esencial. Puesto que el *yo* corporal y sus diversas representaciones se desarrollan en innumerables actos de reflexividad, la corporalidad ajena es necesaria tal y como menciona Duch: “Inexcusablemente, pues, la corporeidad humana necesita de la corporeidad de los otros y, porque es eminentemente dialogal, nunca puede representarse ni desplegarse en la soledad y el mutismo”.²⁶⁰

Bien sea consciente o inconsciente, bien sea continente o contenido, el cuerpo aparece como un elemento clave en la experiencia vital y en la experiencia mediática, como desarrollaremos más adelante. De hecho, la corporalidad es la parte del *yo* –si aceptamos que este se encuentra fragmentado– más tangible y accesible desde los sentidos (estos nos permiten un acceso directo a lo sensible) y a la vez la más desconocida e inalcanzable por ellos, ya que en ningún caso tenemos un acceso a la totalidad de éste. La pregunta, más metafísica que soluble, sería entonces la de si nuestra mismidad corporal, nuestra corporeidad, consiste en el agregado de todos esos pedazos, o en la línea que los separa. Además, también es destacable cuestionar la importancia de los sentidos corporales en la plasmación de la existencia: “Los sentidos del cuerpo humano nos vienen a decir que la realidad, simbólicamente y socialmente construida por el ser humano, es una parábola del mismo ser humano y, a la vez, el hombre y la mujer concretos son una parábola de la realidad”.²⁶¹

Sin embargo, el verdadero problema es que el conocimiento del propio cuerpo siempre plantea enigmas e interrogantes sin resolver. En muchas ocasiones, el acceso a la comprensión de éste termina siendo imaginario, ya que la distancia entre el observador y el objeto observado se funden en una misma cosa. De hecho, aunque podamos atisbar algunas partes del exterior

²⁵⁹ A. Schütz y T. Luckmann (2001) *op. cit.*, p. 76.

²⁶⁰ L. Duch (2003) *op. cit.*, p. 23. (T. d. A.).

²⁶¹ L. Duch (2003) *op. cit.*, p. 210. (T. d. A.).

de nuestro cuerpo, por ejemplo, no podemos acceder a nuestro propio rostro (si no es a través de un espejo o de la mirada ajena) ni a nuestros órganos vitales (si no es a través de una representación: una imagen o un soporte técnico) como serían el corazón o el cerebro, por ejemplo. Mi semblante o aspecto exterior, junto con todos los momentos expresivos de mi cuerpo, es decir, mis gestos o movimientos faciales por ejemplo, son vividos por mí de manera interna –o invisible– puesto que no puedo vislumbrarlos al tiempo que los profiero. La apariencia física general me llega a través de los sentidos de manera dispersa, ya que la vista tan sólo me proporciona el acceso a fragmentos desiguales, inconexos que sólo son apreciables desde la sensación.

Al fin y al cabo, hemos de aceptar –por mucho que la tecnología o la ciencia intenten acaparar todas las esferas de lo físico– que nuestro conocimiento de la corporalidad física, sea la propia o la ajena, se encuentra limitado desde nuestra experiencia sensorial. Es por eso que rechazamos la visión propia de la biología que, posiblemente, describiría el cuerpo tan sólo como un conjunto de órganos y piezas. De hecho, tal y como menciona Duch: “Cabe recalcar el hecho de que el cuerpo humano no es una mera colección de órganos dispuestos según las leyes de la anatomía o de la fisiología, sino que es por encima de todo, una estructura simbólica”.²⁶² Si planteásemos la cuestión de la individuación del sujeto quizás deberíamos referir a los cuerpos en primera instancia, ya que es en la vivencia de la corporalidad donde la vida física y la psíquica tienen lugar. En ese sentido, Peter Strawson desarrolla la cuestión de la individuación desde una perspectiva metafísica, con su teoría de los ‘particulares de base’,²⁶³ término que describe aquellos cuerpos materiales o unidades mínimas de significación esenciales. Strawson llama principios de base a aquellos entes que precisan de una identificación y distingue entre dos tipos: los cuerpos, predicados principalmente físicos; y las personas, predicados psicológicos. Mientras que los cuerpos, primeros particulares, son entes que de manera primaria satisfacen el requisito de tener una localización en el esquema espacio-temporal; las personas se

²⁶² L. Duch (2003) *op. cit.*, p. 22.

²⁶³ P. F. Strawson (1989) *Individuos*. Madrid: Taurus, p. 104.

distinguen en que, además de ser referentes para predicados físicos, lo son también para predicados psicológicos. Esta caracterización de las personas como particulares de base dotados de dos series de predicados excluye la comprensión de la persona como conciencia pura y, sobre todo, impide cualquier tipo de pensamiento dualista al respecto. La persona no es psicológica por encima de física, por el contrario es ambas cosas a la vez. El hallazgo de Strawson radica en que si el centro ya no es la unidad de la conciencia, sino la entidades básicas –principios de base– lo que importa es la experiencia de los sujetos o lo que es lo mismo, los sujetos en la experiencia. Sin los cuerpos materiales y sin las personas, según el investigador, cualquier argumentación sobre los sujetos se torna imposible.

Sin embargo, es importante señalar que desde un punto de vista fenomenológico el estudio de la corporalidad en sí, conlleva numerosas dificultades que, difícilmente podríamos disipar en pocas páginas. Desde nuestra perspectiva, la superación de la antigua visión dicotómica del cuerpo-alma sería uno de los breves más complicados de resolver, puesto que, como mencionábamos al principio, este dualismo está inserto no sólo en la cultura europea, sino también en la erudición dominante. Asimismo, la excesiva importancia otorgada a la conciencia corporal tal como si fuese una subjetividad ineludible en la construcción del conocimiento no nos parece del todo concluyente. De hecho, extremar el valor de la corporalidad en detrimento de la conciencia mental olvidaría en cierta medida o relegaría a un segundo plano la imaginación o la expresión, elementos cruciales para el desarrollo de la cognición, por ejemplo. Tampoco nos parece proporcionado entender la corporeidad como una forma concreta de acceder a la expresión metafísica de la experiencia humana, si bien es cierto que el cuerpo es la primera instancia empírica y activa *en* la vida cotidiana diaria, y por ello, es importante en la construcción de la yoidad.

Desde nuestra posición, el cuerpo no es simplemente una entidad separada de la mente o unida a ella, sino que se trataría más bien de una pieza de una misma sustancia existencial: el *yo*. Además, podríamos ir más lejos: para nosotros lo corporal es el eje central donde confluyen lo individual y lo colectivo, partes indisolubles del ente, y donde se exponen y expresan lo

más privado y público del *yo*. De hecho, en la vida práctica, como ha explicado Ernst Cassirer, los sujetos, más que vivir en relación a hechos concretos y a necesidades y deseos inmediatos, viven, más bien, “en medio de emociones, esperanzas y temores, ilusiones y desilusiones imaginarias, en medio de sus fantasías y de sus sueños”.²⁶⁴ Pero ¿cómo las experimentan? Todas estas emociones y sensaciones individualizadas y únicas son experimentadas en el cuerpo y expresadas mediante el temperamento: entendido como forma de expresión de individualidad genética única.²⁶⁵ A causa de ello, aunque también es discutible, el temperamento podría ser el único componente orgánico de nuestra personalidad que es incontrolable en su expresión, ya que se trata de una predisposición de carácter natural²⁶⁶ y se manifiesta en forma de emociones muy diversas. Podría decirse que las emociones son universales pero seguramente la forma de vivirlas en el cuerpo no, hecho que evidencia que cada individuo las experimenta a su manera. La alegría o la ira, por citar alguna emoción, parecen ser atribuciones genéricas y objetivas mientras las experimentamos directamente, pero al mismo tiempo están cargadas de subjetividad cuando las confrontamos con el actuación ajena. No olvidemos que cada *yo*, cada cuerpo vivencia, a su manera, un único acontecimiento experimentado de manera única, del mismo modo que interpreta una pieza mediática. Además, el cuerpo se expone, aparece y se evidencia como la primera muestra de nuestro *yo* hacia los demás.

La corporalidad es la parte más evidente de la fragilidad del ser, de hecho, la contingencia es, en cierta medida, provocada por nuestra condición corporal, que es también la parte más débil y más susceptible para enfermar²⁶⁷ y fenecer. Pero también el cuerpo es la parte más delimitada del *yo*. De hecho, la corporalidad física (y quizás algún aspecto de la psicológica) es una imposición atribuida desde el nacimiento que difícilmente podemos

²⁶⁴ E. Cassirer (1963) *op. cit.*, p. 48.

²⁶⁵ C. Esteva Fabregat (1993) *op. cit.*, p. 237.

²⁶⁶ Cf. L. Bourdel (1960) *Groupes sanguines et temperament*. París: Maloine; y J. Paddock (1976) “Pueblos antiviolentos” en S. Genovés y J. F. Passy (eds.) *Comportamiento y violencia*. México: Diana, pp. 85-105. Estos autores investigan cómo afecta la estructura basada en tejidos musculares, volúmenes adiposos, equilibrio glandular, sistemas nervioso y visceral en el temperamento.

²⁶⁷ Cf. L. Duch (2002b) “Aproximación a la salud (y a la enfermedad)”, en *op. cit.*, pp. 313-380.

construir o deconstruir y que, como mucho, podremos camuflar o transformar de manera artificial.²⁶⁸ ¿Quién soy? Soy un rostro, un cuerpo que habla sin palabras necesariamente, un cuerpo del que emerge *mi* voz. Como realidad simbólica no podemos olvidar que el cuerpo tiene y es mediante una ineludible dimensión narrativa para sí y para los *otros*. Dicho con otras palabras, desde el cuerpo y en su representación –puesta en escena de la corporalidad– interactuamos con los *otros*, nos mostramos u ocultamos frente a ellos. Y en esta interacción, como veremos, los medios ocupan un lugar fundamental. Durante nuestro trayecto vital, nos inventamos diversas narraciones simbólicas autobiográficas que sólo se hacen tangibles en la interacción con los *otros*. Estas formas de narración y representación se hacen *desde* y *en* el cuerpo, y conforman nuestras historias de vida, fragmentos que se van retocando y que son imprescindibles para el desarrollo del ser humano y sus identificaciones fragmentadas. Es innegable que el elenco de perspectivas desde las cuales sería posible realizar aproximaciones interesantes sobre la yoidad y la corporeidad todavía podría ampliarse más. No obstante, los numerosos autores y corrientes que hemos señalado ya nos permiten descubrir la gran cantidad de matices posibles. Al mismo tiempo, nos demuestran las dificultades de encontrar respuestas coherentes o definitivas a la pregunta fundamental “¿quién soy?”

2.5. RECAPITULACIÓN

A lo largo del presente capítulo hemos intentado poner de manifiesto que la yoidad se encuentra sujeta a múltiples interpretaciones. Hemos optado, expresamente, por una exposición que recogiera la pluralidad e, incluso, la heterogeneidad de perspectivas o enfoques. Precisamente, este sincrético recorrido es el que nos lleva a aceptar que el *yo* no es una noción cerrada en sí misma que pueda ser interpretada de una vez y para siempre. A nuestro juicio, la yoidad debe ser entendida no ya como una sustancia apriorística o inmutable sino, por el contrario, como un proceso en constante

²⁶⁸ La cirugía estética y otras operaciones quirúrgicas, tan en boga hoy, evidencian que no es tan difícil cambiar de sexo o incluso de rostro.

transformación sujeto al devenir espacio-temporal, que se encuentra muy condicionado por la cultura mediática. A pesar de todas las dificultades que intervienen en los procesos de identificación, estamos firmemente convencidos de que la visión narrativa o interpretativa del *yo*, en los términos anteriormente propuestos, es la que aporta mayor cantidad de matices y la que se acerca mejor a nuestra propuesta comprensiva centrada en la complementariedad.

Capítulo III

Lenguaje, experiencia y subjetividad

3.1. INTRODUCCIÓN

En este capítulo trataremos de profundizar en el vínculo inexorable que existe entre los procesos de identificación, la experiencia y el lenguaje, propiamente dicho, sin hacer énfasis aún en la narración, a la que consagraremos el capítulo IV. Con anterioridad, ya nos hemos referido a la decisiva importancia del carácter social de la yoidad. A continuación, exploraremos a fondo esta cuestión centrándonos en los aportes más relevantes acerca de los marcos de referencia desde la perspectiva de la psicología social, la fenomenología y la microsociología o sociología de la vida cotidiana. Así, en la primera parte de esta exposición, habremos de fijar nuestra atención en la necesaria coimplicación entre lo individual y lo social. Precisamente, el hecho de conjugar ambos aspectos que, vistos superficialmente, podrían parecer incompatibles entre sí, constituye la base de la dialéctica propuesta. Valga añadir que en esta tesis los marcos de referencia constituyen el centro comprensivo de los procesos estudiados y poseen una importancia capital en la aproximación que llevaremos a cabo más adelante sobre la configuración mediática de las identidades. Tampoco podemos dejar de mencionar tres elementos que son básicos para comprender la dimensión experiencial del ser humano y su necesidad

imperiosa de reducir la complejidad y de definirse y *empalabrarse*. Uno de ellos es la dramaturgia social y el otro es el proceso ritual, facetas cruciales de los procesos de identificación, a los cuales consagraremos el segundo apartado de este capítulo. A partir de aquí, en un tercer momento, podremos dedicarnos a esbozar, aunque sea de manera sucinta, las principales teorías que se han formulado acerca de la toma de conciencia lingüística y que han destacado el papel del lenguaje en la praxis existencial. Esta reflexión que, en principio, puede parecer distante de nuestro objeto de estudio es, por el contrario, fundamental puesto que nos ayuda a esclarecer el alcance de la lingüisticidad en la experiencia y en la comprensión de la realidad cotidiana. A través de las aportaciones de Charles Taylor, pretendemos evidenciar que el sujeto sólo puede existir mediante el lenguaje y el intercambio comunicativo. Finalmente, todo ello nos permitirá afirmar que la puesta en palabras juega un importante papel en los procesos de identificación y en la búsqueda de sentidos sobre el *yo* y los *otros*, como iremos viendo en lo sucesivo.

3.2. LA BÚSQUEDA DE MARCOS DE REFERENCIA

La inestable situación del hombre en el mundo, como ser jamás fijado completamente, hace que el sentido –y su búsqueda– se convierta en una pregunta fundacional de existencia. La persistente lucha y amenaza del caos sobre el cosmos y las ansias por superar la contingencia son características humanas insuperables. De hecho, aunque el *anthropos* intente unificar sus fragmentos de vida, acotar el espacio, controlar el tiempo o luchar contra las desavenencias naturales, su condición cultural y simbólica le hace estar permanentemente errando y buscando respuestas a los grandes interrogantes. Como han expresado Reinhart Koselleck y Hans Georg Gadamer, la fuerza humana se caracteriza por “resistir a todos los desafíos que la realidad nos impone mediante el sin sentido (*unsinn*), la demencia (*wahnsinn*) y las desconcertante absurdidad (*sinnlosigkeit*), y hacerlo

preservando en una búsqueda incansable de lo comprensible y del sentido”.¹ Aunque como dicen los sociólogos del conocimiento Alfred Schütz y Thomas Luckmann:

“Nuestro primer impulso es tomar como inmediatamente real todo aquello a lo que nos referimos, en la medida en que no sea contradicho. Sin embargo, debe haber varios –probablemente infinitos– órdenes diferentes de realidad que, en un momento dado, tienen un especial estilo de ser”.²

Por ello, mientras prestamos atención a uno de esos mundos, sentimos que es real en cierta medida, pero “tan pronto como se le retira la atención, el mundo desaparece como realidad”.³ De modo que en la medida en que la realidad carece de un horizonte de sentido deja de ser real. Así, el sentido más que singular habría de ser entendido de manera plural, puesto que está sometido a los diferentes espacios y tiempos, y no sólo a los diferentes individuos, sino también a los diferentes sistemas socioculturales en los cuales emerge. Y aunque la significación del mundo no esté dada y tan sólo haya múltiples significaciones que se construyen en el fluir incesante de pluralidades de intereses humanos, el ser, mediante la interacción comunicativa y el reconocimiento intersubjetivo, busca comprender su rol en el cosmos. Por lo tanto, analizar la dimensión experiencial, las estructuras y los procesos de comprensión, que constituyen el contexto sociocultural donde el *yo* se inserta, es crucial. Todo ello nos permitirá discernir el desarrollo de los procesos de identificación y su vínculo con la comunicación mediática, a la que consagraremos en el capítulo V.

3.2.1. De lo individual a lo social: la teoría de la identidad social

Quizás fuese William James, el psicólogo que primero introdujese el concepto de *yo* social, entendido en íntima relación con la experiencia, la actividad y

¹ R. Koselleck y H.-G. Gadamer (1997) *Historia y hermenéutica*. Barcelona: Paidós, p. 100.

² A. Schütz y T. Luckmann (2001) *op. cit.*, p. 42.

³ *Ibidem*.

sobre todo, el medio.⁴ No es de extrañar, por tanto, que el pragmatismo de James se convirtiese, años más tarde, en la base del pensamiento de conocidos psicólogos sociales como James Mark Baldwin, George Herbert Mead o Herbert Blumer. El conjunto social, donde el *homo socius*⁵ se inserta y constituye su experiencia, se convierte así en el eje vertebrador de las aportaciones de los psicólogos sociales y los fenomenólogos, como veremos más adelante. En este sentido, la teoría de la identidad social, propuesta inicialmente por el psicólogo social Henri Tajfel, se encuentra muy influida por esta concepción y nos resulta de gran relevancia para comprender el alcance de los marcos de referencia en la construcción de las identificaciones. Tal y como ha expresado el investigador:

“Las relaciones humanas siempre ocurren en un ambiente social organizado –en una familia, en un grupo, en una comunidad, en una nación– que ha desarrollado técnicas, categorías, reglas y valores que son relevantes para la interacción humana. Por lo tanto, la comprensión de los acontecimientos psicológicos que tienen lugar en las interacciones humanas requiere la comprensión de la influencia recíproca de esos acontecimientos con el contexto social en el cual ocurren”.⁶

El carácter innovador de la propuesta de Tajfel radica en el valor que otorga a lo social, abandonando cualquier clase de psicologismo individualista. Así, el *yo* es fruto de las relaciones del sujeto con el entorno y se encuentra muy influido por su pertenencia grupal. El investigador define la identidad social como la conciencia que tienen los individuos de pertenecer a un grupo social. Es importante señalar que existe una cierta uniformidad dentro de éste, que hace sentir a sus miembros iguales o similares, tal y como han subrayado Michael A. Hogg y Elizabeth A. Hardie.⁷ Pero además de existir grupos o categorías de pertenencia, como veremos, que influyen a los individuos, también existen los llamados ‘grupos de

⁴ Cf. W. James (1989) *Principios de psicología*. México: FCE.

⁵ Véanse las importantes formulaciones sobre la socialidad del hombre aportadas por el sociólogo francés E. Durkheim (1968) *Las formas elementales de la vida religiosa*. Buenos Aires: Schapire.

⁶ H. Tajfel (1984) *op. cit.*, pp. 2-3.

⁷ M. A. Hogg y E. A. Hardie (1992) “Prototypicality, Conformity and Despersonalized Attraction.” *British Journal of Social Psychology*, 31(1), 41-46.

referencia'⁸, con los que el individuo se relaciona o aspira a relacionarse psicológicamente. Estos grupos, como ha expresado el psicólogo social Henry Clay Lindgren, “pueden servir como fuente de actitudes y valores que son imitados y constituyen una base para el aprendizaje ulterior”.⁹ En este caso, los individuos no tienen por qué ser miembros para que los grupos de referencia les afecten.

No cabe duda, por tanto, de que tanto los grupos de pertenencia como los de referencia, sirven al individuo como modelos para estructurar el medio y darle significaciones diversas. Así planteado, las adquisiciones grupales que realizan los individuos evidencian que en una sociedad compleja¹⁰ –tal y como expresa Tajfel– ningún grupo social vive aislado respecto a otros; de modo que, “los procesos que subyacen a las autocomparaciones que cada grupo hace con otros grupos son cruciales para determinar la comprensión que de cada grupo tienen sus miembros”.¹¹ La diferenciación entre grupos se basa en la identificación que los sujetos realizan con su endogrupo y las comparaciones y evaluaciones efectuadas en relación al exogrupo,¹² cuestión que hemos desarrollado en relación a la comunicación mediática en el apartado 7.6.

La teoría de Tajfel parte de la premisa de que los individuos a lo largo de sus trayectorias adquieren una identidad social (o varias), que sería “aquella *parte* del autoconcepto de un individuo que deriva del conocimiento de su pertenencia a un grupo (o grupos) social junto con el significado valorativo y emocional asociado a dicha pertenencia”.¹³ El enfoque propuesto por el investigador es eminentemente sociocognitivo, ya que otorga a los aspectos estrictamente cognitivos del individuo una dimensión social. De esta manera, la identidad social puede considerarse un sistema de ordenación que

⁸ Cf. R. Merton (1964) *Teoría y estructura sociales*. México: FCE; y M. Sherif (1963) “Social Psychology” en S. Koch (ed.) *Psychology* 6. Nueva York, NY: McGraw-Hill, pp. 30-93.

⁹ H. Lindgren (1979) *Introducción a la psicología social*. México: Trillas, p. 91.

¹⁰ El concepto de complejidad, clave para entender el funcionamiento de las sociedades contemporáneas, ha sido desarrollado en profundidad por N. Luhmann (1991) *Sistemas sociales*. México: Alianza.

¹¹ H. Tajfel (1984) *op. cit.*, p. 193.

¹² H. Tajfel y J. C. Turner (1986) “The Social Identity Theory of Intergroup Behaviour” en S. Worches y W. G. Austin (eds.) *Psychology of Intergroup Relation*. Chicago, IL: Nelson-Hall, pp. 7-24.

¹³ H. Tajfel (1984) *op. cit.*, p. 292.

ayuda a crear y definir el puesto del individuo en la sociedad. A la luz de los planteamientos de la teoría de la identidad social, el *self* se forma mediante procesos de autocategorización que le permiten conocer a qué grupo social o categorías sociales pertenece¹⁴ y realizar comparaciones sociales respecto a los demás. No olvidemos que desde este enfoque, las categorías están en la sociedad en su propia estructura y preceden a los individuos, que en el curso de sus vidas van configurando un conjunto de diversas categorías sociales que les permiten conformar su autoconcepto.¹⁵

Las aportaciones de otros psicólogos sociales como Dominic Abrams y Michael A. Hogg¹⁶, John C. Turner y Rina S. Onorato¹⁷, Steve D. Reicher¹⁸, Rupert Brown¹⁹ o las de Anastasio Ovejero²⁰ permiten ampliar la capacidad interpretativa de las herramientas conceptuales expresadas por Tajfel, que si bien son interesantes en algunos aspectos pueden resultar limitadas, ya que se centran demasiado en las categorías sociales, más que en el propio proceso de construcción y creación o en la movilidad comunicativa de las mismas.

Como ha expresado Lupicinio Íñiguez, la descripción de las 'identidades sociales puntuales', que se generarían espontáneamente en situaciones de comportamiento colectivo, arrojan nueva luz y desencianizan la noción de identidad social haciéndola contextualmente dependiente.²¹ Estas aportaciones están estrechamente vinculadas con nuestro objeto de estudio y volveremos sobre ellas en el capítulo VII.

¹⁴ Cf. J. C. Turner (1990) *Redescubrir el grupo social*. Madrid: Morata; y M. A. Hogg y D. Abrams (1988) *Social Identifications*. Londres: Routledge.

¹⁵ J. E. Stets y P. J. Burke (2000) "art. cit.", p. 225.

¹⁶ D. Abrams y M. A. Hogg (1990) "Social Identification, Self Categorization and Social Influence." *European Review of Social Psychology*, 1(1), 195-228.

¹⁷ J. C. Turner y R. S. Honorato (1999) "Social Identity, Personality and the Self-Concept" en T. R. Tyler *et al.* (eds.) *The Psychology of the Social Self*. Mahwah, NJ: Erlbaum, pp. 11-46; y J. C. Turner (1990) *op. cit.*

¹⁸ S. D. Reicher (1989) "El comportamiento colectivo" en J. F. Morales y C. Huici (eds.) *Lecturas de psicología social*. Madrid: UNED, pp. 173-202.

¹⁹ R. Brown (2000) "Social Identity Theory." *European Journal of Social Psychology*, 30(6), 745-778.

²⁰ A. Ovejero (1997) *El individuo en la masa*. Oviedo: Nobel.

²¹ L. Íñiguez (2002) "Identidad" en E. Crespo (ed.) *La constitución social de la subjetividad*. Madrid: Catarata, pp. 209-255.

3.2.2. El mundo de la vida cotidiana: los aportes de la fenomenología

El concepto husserliano ‘mundo de vida’, entendido como horizonte universal y categoría apriorística, constituye la piedra angular de los aportes de la fenomenología y nos permite concebir la importancia del contexto y el sentido en la construcción de la identificación. Así podemos considerar que los medios de comunicación, en tanto discursos culturales, pueden formar parte de este horizonte contextual. Para Husserl, el ‘mundo de vida’ es el ‘constante suelo de validez’, el ‘marco universal’ o la ‘estructura general’, en la que fluyen todos nuestros fines, metas, realizaciones, actividades y capacidades operativas,²² o, lo que es lo mismo, el lugar donde se desenvuelve nuestra experiencia real. En este sentido, el ‘mundo de vida’ es el de la significación. Años más tarde Alfred Schütz lo reinterpretará y le dará el nombre de ‘mundo del sentido común’, ‘mundo de la vida’ o ‘mundo de la vida cotidiana’ (*lebenswelt*), otorgando así mayor énfasis a la intersubjetividad y a la experiencia. Aunque la obra de Schütz es una extensión del pensamiento de Husserl (mundo de vida) y del de James (subuniversos simbólicos), las contribuciones del primero se han convertido en la máxima expresión de la vertiente sociológico-fenomenológica. El ‘mundo de la vida cotidiana’ es, a sus ojos, “el escenario y también el objeto de nuestras acciones e interacciones en él”.²³ Éste es, ante todo, intersubjetivo, como decíamos, ya que “vivimos en él como hombres entre otros hombres, con quienes nos vinculan influencias y labores comunes, comprendiendo a los demás y siendo comprendidos por ellos”.²⁴ Es decir, no se trata de un mundo privado del individuo aislado, sino de “un mundo común y comunicativo”,²⁵ compartido por todos nosotros, que debe ser interpretado en la experiencia, ya que puede ser transformado y modificado por los individuos en la misma. De ahí, que sea tan relevante estudiar los

²² E. Husserl (1991) *La crisis de las ciencias europeas y la fenomenología trascendental*. Barcelona: Critica, p. 146. Este centro de experiencia inevitablemente recuerda al yo freudiano que ya hemos descrito en el segundo capítulo.

²³ A. Schütz (2003) *op. cit.*, p. 198.

²⁴ A. Schütz (2003) *op. cit.*, p. 41.

²⁵ A. Schütz y T. Luckmann (2001) *op. cit.*, p. 25.

procesos mediante los cuales los medios configuran las creencias compartidas y los imaginarios colectivos.

Como ya expusimos en el primer capítulo, el hombre utiliza ‘acervos de conocimiento a mano’, que se encuentran integrados por tipificaciones del mundo del sentido común, para comprender y controlar la experiencia circundante. Esta idea ha sido retomada por Peter Berger y Thomas Luckmann, ambos discípulos de Schütz, que consideran que la realidad de la vida cotidiana contiene esquemas tipificadores en cuyos términos los *otros* son aprehendidos y tratados en encuentros cara a cara.²⁶ Como han expresado ambos, estos encuentros son típicos en un sentido doble: “Yo aprehendo al otro *como* tipo y ambos interactuamos en una situación que de por sí es típica”.²⁷ Pero, además de típico, éste es un mundo de cultura, aprehendido como un horizonte abierto de significaciones, en palabras de Schütz, ya que, desde el principio, “el mundo de la vida cotidiana es un universo de significación para nosotros, vale decir una textura de sentido que debemos interpretar para orientarnos y conducirnos en él”.²⁸ Bajo esta premisa se evidencia el postulado hermenéutico de la interpretación subjetiva de las ciencias sociales propuesto por Schütz, de la que se deriva que la comprensión –ontológica y metodológica– de cualquier objeto cultural siempre estará determinada por la actividad humana en la cual se origina y desarrolla. Sin embargo, no podemos olvidar, como exponen Berger y Luckmann en *La construcción social de la realidad*, que aunque estos objetos culturales proclamen las intenciones subjetivas de nuestros semejantes, a veces resulta difícil saber con seguridad qué revelan exactamente.²⁹ Y es que el sentido, tal y como expresan Schütz y Luckmann, en *Las estructuras del mundo de la vida*, no es una cualidad de ciertas vivencias que emergen nítidamente en el flujo de conciencia, es decir, de las objetividades constituidas dentro de ésta. Sino que es, más bien, el resultado de una explicación de vivencias pasadas “que son captadas reflexivamente desde un

²⁶ P. L. Berger y T. Luckmann (2008) *op. cit.*, p. 47.

²⁷ *Ibídem.*

²⁸ A. Schütz (2003) *op. cit.*, p. 41.

²⁹ P. L. Berger y T. Luckmann (2008) *op. cit.*, p. 51.

ahora actual y desde un esquema de referencia actualmente válido”.³⁰ Este esquema o marco común de interpretación es fundamentalmente la realidad primordial, o ‘paramount reality’ –como la han llamado Berger y Luckmann–, que se ordena en función de esquemas significativos de experiencia que le otorgan sentido.

Tampoco podemos olvidar que la fenomenología de Schütz es un proyecto centrado en el sujeto, ya que éste se encuentra implicado en la construcción misma de la realidad social: la dialéctica sujeto-sociedad es reflexiva, al contrario de la propuesta durkheimiana. El ser humano, en opinión del fenomenólogo, nace en el mundo social, vive su existencia cotidiana en él, y, sobre todo, lo experimenta como algo construido alrededor del lugar que ocupa. Abierto a su interpretación y acción, siempre está relacionado y hace referencia a su situación real biográficamente determinada.³¹ No olvidemos que el mundo de la vida cotidiana es real, como bien precisaron sus discípulos, Berger y Luckmann, en tanto se origina en los pensamientos y acciones de los miembros ordinarios de la sociedad y no puede existir si no es en la interacción y comunicación continua con los *otros*.³²

La propuesta de Schütz remarca que todas las relaciones que se dan en el contexto vital del individuo muestran las múltiples formas de comunicación entre los diferentes áter ego que contiene: los asociados (*Umwelt*), contemporáneos (*Mitwelt*), predecesores (*Vorwelt*) –antepasados jamesianos– y sucesores (*Fogewelt*).³³ Estos no constituyen más que tipos o grupos de sujetos humanos con los que compartimos la historicidad de la cultura que encontramos en las tradiciones y las costumbres,³⁴ en diversos grados de *intimidad* y *anonimia*, como expondremos en lo sucesivo en relación a la comunicación mediática.

A este respecto, Berger y Luckmann proponen la noción teórica de ‘universos simbólicos’, entendida como marco legitimador del conocimiento

³⁰ A. Schütz y T. Luckmann (2001) *op. cit.*, p. 36

³¹ A. Schütz (2003) *op. cit.*, p. 45.

³² Cf. P. L. Berger y T. Luckmann (2008) *op. cit.*, pp. 35-38.

³³ A. Schütz (2003) *op. cit.*, p. 138.

³⁴ A. Schütz (2003) *op. cit.*, p. 41.

general del mundo cotidiano que permite a los individuos ubicarse. Este concepto resulta de gran relevancia para la dialéctica entre los imaginarios mediáticos y los procesos de identificación, en los que profundizaremos en los capítulos VI y VII. Los universos simbólicos, para los autores, son “la matriz de todos los significados objetivados socialmente y subjetivamente reales; toda la sociedad histórica y la biografía de un individuo se ven como hechos que ocurren dentro de ese universo”.³⁵ Inspirado en el ‘mundo de la vida cotidiana’ de Schütz, este nuevo término incorpora la subjetividad como elemento de análisis central de la dialéctica de la realidad.³⁶ Ésta es aquí propuesta como un fenómeno que manifiesta el alcance de las significaciones construidas en la interacción intersubjetiva. El encuentro como eje de la construcción de la realidad social se amplía a todas las esferas de la vida social y se convierte así en una experiencia total. De hecho, las situaciones marginales de la vida del individuo, como podrían ser el sueño o la fantasía, también entran dentro del universo simbólico descrito por los investigadores.³⁷ Además, tampoco podemos olvidar que estos universos son productos sociales que tienen una historia y, por ello, están emplazados espacio-temporalmente. En definitiva, la gran aportación del concepto radica en su capacidad para ordenar la “aprehensión subjetiva de la experiencia biográfica”.³⁸ Las identificaciones aquí se conformarían gracias a la necesaria interrelación entre mundo social, subjetividad y universo simbólico y dejarían de entenderse como algo problemático, puesto que, como han expresado los investigadores, las “áreas de conocimiento que de otra manera seguirían siendo reducto ininteligibles dentro de la realidad de la vida cotidiana, se ordenan así en una jerarquía de realidades, e *ipso facto* se vuelven inteligibles”.³⁹ Este orden permite reducir la complejidad, ubicar los

³⁵ P. L. Berger y T. Luckmann (2008) *op. cit.*, p. 123.

³⁶ La sociedad existe como realidad objetiva y subjetiva y ambas realidades se componen de tres momentos: externalización, objetivación e internalización. P. L. Berger y T. Luckmann (2008) *op. cit.*, p. 162.

³⁷ P. L. Berger y T. Luckmann (2008) *op. cit.*, p. 123.

³⁸ P. L. Berger y T. Luckmann (2008) *op. cit.*, p. 125.

³⁹ *Ibidem*. Esta jerarquía de realidades recuerda a la teoría de las realidades múltiples de Schütz, que se sustenta en la fenomenología de Edmund Husserl (*mundo de la vida*), el vitalismo de Henri Bergson (*atención a la vida*) y el pragmatismo de William James (*subuniversos simbólicos*), como ya hemos expresado. Para profundizar en esta teoría véase

acontecimientos colectivos y darles sentido y coherencia temporal incluyendo pasado, presente y futuro, matrices en las que profundizaremos en el capítulo IV.

Con respecto al pasado, el universo simbólico “establece una ‘memoria’ que comparten todos los individuos socializados dentro de la colectividad. Con respecto al futuro, establece un marco de referencia común para la proyección de las acciones individuales”.⁴⁰ Así, permite a sus miembros situarse en un horizonte significativo común que les conecta tanto con sus *antecesores* como con sus *sucesores*, mediante la memoria, por una parte, y las proyecciones, por otra, como profundizaremos en relación a la cultura mediática.

A continuación, nos centraremos en los procesos, según los cuales, los individuos pueden concebirse como parte de un universo significativo. Para los autores, el punto de partida que permite a los individuos socializarse lo constituye la *internalización*, es decir, “la aprehensión o interpretación inmediata de un acontecimiento objetivo en cuanto expresa significado, o sea, en cuanto es una manifestación de los procesos subjetivos de otro que, en consecuencia, se vuelven subjetivamente significativos para mí”.⁴¹ Este proceso permitirá, por tanto, comprender a los otros que nos rodean y aprehender el mundo social en tanto realidad significativa. Pero ¿cómo se produce la internalización y qué relación tiene con la construcción de las identificaciones? La respuesta es clara en este fragmento de Berger y Luckmann:

“El niño se identifica con los otros significantes en una variedad de formas emocionales; pero sean éstas cuales fueren, la internalización se produce sólo cuando se produce la identificación. El niño acepta los “roles” y actitudes de los otros significantes, o sea que los internaliza y se apropia de ellos. Y por esta identificación con los otros significantes el niño se vuelve capaz de identificarse él mismo, de adquirir una identidad subjetivamente coherente y plausible”.⁴²

U. Toledo (2007) “Realidades múltiples y mundos sociales.” *Cinta de Moebio*, 30, Santiago de Chile, 211-244.

⁴⁰ P. L. Berger y T. Luckmann (2008) *op. cit.*, p. 131.

⁴¹ P. L. Berger y T. Luckmann (2008) *op. cit.*, pp. 162-163.

⁴² P. L. Berger y T. Luckmann (2008) *op. cit.*, p. 165.

Podría decirse, por tanto, que la internalización puede observarse en cualquier proceso posterior perteneciente a la socialización secundaria, siempre y cuando pertenezca a la identificación misma. Según Berger y Luckmann, las identificaciones se realizan dentro de horizontes que implican un mundo social específico, es decir, un marco de referencia dentro del cual los individuos logran estabilidad y continuidad en sus propias autoidentificaciones.⁴³ A esto responde que para comprender la realidad social y psicológica que viven los sujetos es necesario tener en cuenta los marcos explicativos que dan cuenta de aquellas estructuras subyacentes que influyen en nuestra acción cotidiana. A continuación, desarrollaremos la teoría del *framing* de Erving Goffman, que como veremos tiene sus orígenes en los aportes de los ya citados fenomenólogos.

3.2.3. Los marcos de la experiencia: la teoría del *framing*

Uno de los aspectos más interesantes de la socialización, y en el que basaremos nuestra propuesta para analizar la dialéctica entre los medios y las identificaciones, es el análisis de los marcos, esquemas de referencia o *frames*, conceptos estudiados por la psicología cognitiva y la antropología principalmente. A pesar de que el concepto de esquema fue inaugurado por el psicólogo Frederic Barlett, en 1932,⁴⁴ no fue hasta los años 70, con las propuestas de los psicólogos Marvin Minsky⁴⁵, David E. Rumelhart y Donald A. Norman⁴⁶, Roger Shank y Robert P. Abelson⁴⁷, entre otros; o las de los antropólogos Gregory Bateson o Erving Goffman, sobre todo, cuando la noción se generalizó y alcanzó sistematicidad. Aunque los distintos estudiosos definen los esquemas en diferentes términos, no obstante, se

⁴³ P. L. Berger y T. Luckmann (2008) *op. cit.*, p. 167.

⁴⁴ F. C. Bartlett (1967) *Remembering*. Cambridge: Cambridge University Press. A pesar de las limitaciones de las primeras intuiciones de Barlett, es importante destacar que el investigador trató de elucidar de qué forma se organizaba y construía la memoria acerca de un relato concreto en la mente de las personas.

⁴⁵ M. Minsky (1975) "A Framework for the Representation of Knowledge" en P. H. Winston (ed.) *The Psychology of Computer Vision*. Nueva York, NY: McGraw-Hill, pp. 211-277.

⁴⁶ D. E. Rumelhart y D. A. Norman (1978) "Accretion, Tuning and Restructuring" en J. W. Cotton y R. Klatzky (eds.) *Semantic Factors in Cognition*. Hillsdale, NJ: Erlbaum, pp. 37-54.

⁴⁷ R. Shank y R. Abelson (1977) *Guiones, planes, metas y entendimiento*. Barcelona: Paidós.

puede apreciar una cierta consonancia fundamental desde el punto de vista teórico. Todos ellos, sean llamados esquemas, *frames* o guiones, son básicamente unidades de representación cognitiva a cerca de reglas, normas, símbolos o conceptos compartidos en una sociedad, que facilitan la interacción del sujeto con su contexto.⁴⁸ Además, como veremos, estos patrones organizados de pensamiento o esquemas simbólicos estructurados son esenciales para situarse y relacionarse en sociedad, ya que aportan una información esencial sobre las conductas apropiadas o las maneras de reaccionar ante una situación dada, información fundamental en los procesos de identificación.

Ahora bien, el alcance de la teoría del *framing* tiene su máximo exponente en la figura de Erving Goffman. Recordemos que su concepto de *frame* deriva del ‘marco psicológico’ de Gregory Bateson,⁴⁹ que a su vez se basa en la distinción gestáltica fondo/figura; pero, además, Goffman la relaciona con el contexto, otorgándole así un carácter metacomunicativo.⁵⁰ El término *framing* se puede traducir como ‘enmarcar’, ‘situar en un marco’ o ‘crear un marco de referencia’ y significa, propiamente, emplazar un hecho en un esquema determinado permitiendo de esta manera desentrañar el sentido o sentidos de un acontecimiento. Los marcos o esquemas interpretativos son aquellos elementos que convierten en algo con sentido lo que de otra manera sería un aspecto sin sentido de la escena de la vida cotidiana y nos permitirían responder a la sencilla pregunta: “¿Qué está pasando aquí?” Tal y como menciona Goffman, “*marco* es la palabra que uso para referirme a esos elementos básicos que soy capaz de identificar”.⁵¹ O lo que es lo mismo, marcos serían aquellas definiciones de una situación, que se elaboran de acuerdo con los principios de organización y que gobiernan

⁴⁸ La noción de esquema está también bastante extendida en lingüística y tiene diversos usos y aplicaciones. Pero, sin duda, la propuesta más interesante es la de Walter Kintsch y Teun A. van Dijk, que aplican los esquemas al estudio de la comprensión y la producción de textos. Cf. W. Kintsch y T. A. van Dijk (1983) *Strategies of Discourse Comprehension*. Nueva York, NY: Academic Press.

⁴⁹ G. Bateson (1977) *Steps to an Ecology of Mind*. Nueva York, NY: Ballantine Books.

⁵⁰ M. J. Lucerga (2003) “Gregory Bateson: Lectura en clave semiótica de una aventura epistemológica del siglo XX.” *Tonos, Revista electrónica de estudios filológicos*, 5.

⁵¹ E. Goffman (2006) *Frame Analysis*. Madrid: CIS, p. 11.

tanto los acontecimientos sociales como nuestra participación en ellos.⁵² En definitiva, estos esquemas permiten percibir, ubicar, reconocer y enmarcar una serie de sucesos y nos facilitan la comprensión general del funcionamiento del mundo y la reducción de su inherente complejidad. Esta comprensión del mundo es genérica porque aunque el hombre trate de buscar explicación a todas las cuestiones que se plantea no la hallará siempre. Goffman señala, por ejemplo, entre otros muchos aspectos, la incidencia de lo asombroso en nuestra concepción del mundo. Como es sabido, en nuestra sociedad se acepta el importante supuesto de que todos los acontecimientos se pueden y deben incluir y manejar dentro del sistema convencional de creencias (que vendría a ser como el marco de comprensión habitual 'mundo de la vida' de Schütz, o 'universo simbólico' de Berger y Luckmann), pero no se acepta, formalmente, que haya hechos inexplicables que trasciendan el todo de la ciencia o la supuesta normalidad. Si observamos una situación o un individuo determinado y vemos que todo parece 'normal', es decir, que las apariencias no provocan sospechas, podemos confirmar que el *frame* proyectado por ambos funciona naturalmente. De esta manera, la relación entre el sujeto y el marco está clara cuando el comportamiento del mismo resulta apropiado a su contexto, y será confusa cuando el comportamiento de los individuos no encaje en ninguno de los marcos esperados.

Por ello, es importante señalar que estos esquemas varían en el grado de organización, como veremos. Algunos son claramente presentables como un sistema de pautas que se repiten o son previsibles (normas sociales, por ejemplo); otros –la mayoría– parecen no tener una forma articulada evidente, y tan sólo aportan comprensión, enfoque, perspectiva, o lo que es lo mismo un cierto sentido al acontecimiento observado. Es aquí donde la búsqueda de sentidos tiene que pasar por la indagación del marco de referencia donde el acontecimiento se instaura. Ya que, tal y como menciona Goffman, "cada clase de acontecimiento no es sino un elemento dentro de todo un lenguaje de acontecimientos, formando parte cada lenguaje de un

⁵² E. Goffman (2006) *op. cit.*, pp. 23-24.

marco de referencia distinto”.⁵³ Cuando observamos acciones que se encuentran totalmente enmarcadas en términos de un esquema primario decimos que son reales o que suceden de hecho. Sin embargo, un cambio de clave nos aportaría algo que ya no ocurre literal o realmente, y que habríamos de interpretar. Como señala el autor, “en el mundo de la actividad real, cotidiana, el individuo puede predecir ciertos acontecimientos naturales con un aceptable grado de certeza, pero los resultados interpersonales son necesariamente más problemáticos”.⁵⁴ Tal y como desarrollaremos más adelante, la teoría del *framing* se encuentra muy relacionada con los procesos de configuración de las identidades. En la medida en que la recepción es eminentemente interpretativa, los marcos resultan de gran utilidad para el análisis de las interacciones. Volveremos sobre esta cuestión en los posteriores capítulos. No podemos olvidar que todo encuentro social se produce en un contexto determinado que influirá notablemente en el comportamiento de los individuos participantes.

La interacción se convierte así es un fenómeno social clave para la construcción de las identificaciones propias y ajenas. De este modo, cuando dos o más individuos se encuentran, construyen sus identidades o se identifican de cara a los *otros*, de modo que precisan de un marco desde el que interpretar las acciones del *otro* y las suyas propias. Además, un encuentro social es una ocasión de interacción, que implica y exige un trabajo de pacto, de colaboración y de disponibilidad de los participantes. De hecho, cada vez que estamos en presencia de *otro*, damos lugar a una serie de comportamientos o acciones que, en cierta medida, –incluso más allá de nuestra conciencia– están reglamentados a fin de mantener la realidad social del tipo de encuentro que estamos manteniendo. Aquí, los marcos generan expectativas y presuposiciones –sentido, al fin y al cabo– sin las cuales sería imposible interpretar el lenguaje o los rasgos de nuestra interacción. Para definir este tejido de análisis, el encuentro o desencuentro con el *otro*, toma especial importancia en el entorno físico inmediato, es

⁵³ E. Goffman (2006) *op. cit.*, p. 40.

⁵⁴ E. Goffman (2006) *op. cit.*, p. 140.

decir, en la interacción rutinaria, pero también en la interacción en la distancia, tal y como se produce en el espacio virtual, como veremos.

La creación de marcos de referencia se produce mediante sistemas de pensamiento que son fruto de la interacción simbólica, es decir, implican la interpretación recíproca y conjunta de los actos que se producen en sociedad, como diría Herbert Blumer.⁵⁵ Recordemos que para éste último, la interacción humana se ve mediatizada por el uso de símbolos, la interpretación o la comprensión del significado de las acciones del próximo.⁵⁶ Dicha concepción parte de la premisa de que todo esquema de sociedad humana está compuesto de personas involucradas en la acción y en la búsqueda de significación.

Al fin y al cabo, los marcos son estructuras epistemológicas que ordenan la acción colectiva y generan, a su vez, nuevos marcos que permiten explorar la puesta en escena –en palabras– en las que los individuos exponen y construyen sus identificaciones. Como ha expresado de forma esclarecedora, Henri Tajfel, “el marco social de las relaciones intergrupales contribuye a hacer a los individuos lo que son; estos a su vez, producen ese marco; ambos se desarrollan y cambian simbióticamente”.⁵⁷ Ésta es una de las claves de la dialéctica propuesta: las narrativas mediáticas contribuyen a configurar las identidades de los individuos y los grupos, y estos, a su vez, configuran dichas narrativas. Así, la relación entre los marcos y las identificaciones: se puede considerar interdependiente. El hecho de que los individuos se sitúen en un marco desde el que interactúan y desde el que comprenden la realidad circundante evidencia que los procesos de construcción de identificaciones precisan ser interpretados ya que varían según la situación.

El alcance de la propuesta goffmaniana, por tanto, es fundamental. El análisis de la construcción del *self* no puede trascender, de ninguna manera, el contexto circundante. Es decir, el espacio y tiempo en el que las identificaciones (para los *otros* y para sí) son creadas e interpretadas. Como

⁵⁵ H. Blumer (1982) *op. cit.*, pp. 6-7.

⁵⁶ H. Blumer (1982) *op. cit.*, p. 60.

⁵⁷ H. Tajfel (1984) *op. cit.*, pp. 2-3.

bien expuso Lupicinio Íñiguez, “no cabe análisis identitario alguno que pueda ignorar o ir más allá de las condiciones de posibilidad y el uso social de toda identidad”.⁵⁸

Una vez superada la dicotomía individual-social, que veníamos refiriendo desde el segundo capítulo, nos adentraremos en el estudio de los procesos mediante los cuales los sujetos pueden comunicarse entre sí, crear significados sobre la realidad cotidiana y definir su propia experiencia de ser y existir mediante procesos de identificación subjetiva. Para ello, nos centraremos en la condición teatral y ritual del ser humano y, finalmente, en la importancia del lenguaje en la construcción de la experiencia y la subjetividad.

3.3. LA CONDICIÓN TEATRAL Y RITUAL DE LA IDENTIFICACIÓN

Si partimos de la base de que los procesos de identificación son puestas en escena o representaciones de las diferentes facetas del *yo*, podríamos afirmar que los sujetos participan en diversos procesos teatrales o dramáticos en cada situación vital. Ya vimos que el legado etimológico tradicional definía a la persona como una máscara tras la que se mostraba el *yo*. De hecho, existe una tradición de autores, entre los que podríamos destacar a William Shakespeare o Calderón de la Barca, que entienden la vida humana como una representación. La existencia, para ellos, es como un juego teatral, como una escenificación del trayecto biográfico bien sea individual o grupal. Asimismo, la ritualización de la experiencia es otra de las claves fundamentales para comprender los procesos de identificación como veremos.

3.3.1. La dramaturgia social y la teoría de los roles

Las aportaciones de Helmuth Plessner⁵⁹ y las del ya citado Erving Goffman, miembro de la postescuela de Chicago y creador del modelo teórico conocido

⁵⁸ L. Íñiguez (2002) “art. cit.”, p. 218.

como “dramaturgia social”, son en este sentido imprescindibles para el desarrollo de nuestra argumentación. De manera muy sucinta, podríamos resumir esta tradición que concibe la experiencia como una representación escénica con las palabras de Goffman: “El mundo es como un escenario, nos afanamos y consumimos nuestro tiempo en él y eso es todo lo que somos”.⁶⁰ En el teatro de la vida diaria aparecemos como seres enmascarados y dotados de una ambigüedad fundamental ante la mirada del *otro*, de manera que las identificaciones se encuentran en constante construcción, y se ven sometidas a la variedad de espacios y de tiempos y, sobre todo, a la interacción intersubjetiva, que ya hemos explicado. Para Goffman, que retoma algunas de las ideas de Edmund Husserl y Helmut Plessner, la yoidad es constituida por las marcas positivas, o marcas de identidad, que se producen en constante interacción. Así, la combinación de los ítems de la historia vital, adherida al individuo por medio de esos soportes es la que hace al individuo único y la que le permite diferenciarse de los demás.⁶¹ Además, como ya anunciamos en el apartado 2.3.2, el individuo desempeña una serie de roles estructurados, rutinarios, estandarizados y típicos, que organiza en sus interacciones cotidianas. Estos le permiten definirse en cada situación vital y adquirir una cierta totalidad significativa, de forma narrativa, como ya vimos. Sin embargo, tal y como expresa Goffman, hay que observar que esta unidad se encuentra enfrentada con la multiplicidad que ofrecen los roles o, como diría Lynn Smith-Lovin, por las miles de identidades disponibles.⁶² De hecho, el individuo puede sustentar con bastante habilidad *vos* diferentes y, hasta cierto punto abandonar roles pasados.⁶³

Como ya vimos, numerosos psicólogos sociales tales como Charles Horton Cooley, Sheldom Stryker, George McCall y Jerry L. Simmons o Peter J. Burke y Jan E. Stets desarrollaron importantes aportes sobre la teoría de los

⁵⁹ Plessner considera la teatralidad como una forma de expresión ante la mirada del otro. Lamentablemente no hemos podido profundizar en los aportes del fenomenólogo ya que gran parte de su obra se encuentra aún sin traducir.

⁶⁰ E. Goffman (2006) *op. cit.*, p. 131.

⁶¹ E. Goffman (1963) *op. cit.*, p. 73.

⁶² L. Smith-Lovin (2003) “Self, Identity and Interaction in an Ecology of Identity” en P. J. Burke *et al.* (eds.) *Advances in Identity Theory and Research*. Nueva York, NY: Kluwer/Plenum, pp. 167-178.

⁶³ E. Goffman (1963) *op. cit.*, p. 80.

roles.⁶⁴ También algunos sociólogos funcionalistas, como Talcot Parsons o Robert K. Merton, plantearon premisas interesantes a este respecto.⁶⁵ Sin embargo, nosotros nos centraremos, expresamente, en la contribución de Erving Goffman, puesto que nos parece la más interesante en relación con nuestro objeto de estudio. Muy influido por George H. Mead, Goffman otorga un énfasis especial a la teatralidad, como condición social fundamental, como veremos. De hecho, en su opinión, el sujeto se encuentra en un marco de referencia concreto, y actúa para los *otros* como si se encontrase en un escenario frente a su público. Esta acción-interacción frente a los *otros* puede ser llamada representación y es entendida, por el autor, como una disposición que transforma al individuo en actor, es decir, en “un objeto al que se puede mirar por todas partes y con detenimiento sin ofender, y que puede ser juzgado por su comportamiento participante por las personas que desempeñan el papel de ‘audiencia’”.⁶⁶ En este sentido, el individuo que actúa de cara a los *otros*, transita desde su condición de persona hasta convertirse en un personaje y, para ello, se traslada desde el terreno de lo íntimo al terreno de lo público. Dicho de otra forma, experimenta el tránsito entre actuar para sí, y para los demás. Para nosotros, el personaje, entendido como la persona narrativa, construye sus identificaciones gracias al lenguaje, como veremos más adelante. Así, el personaje se construye y se reconstruye constantemente mediante éste. Además, como es evidente, el personaje precisa de su escenario –en algunas ocasiones será la arena pública, en otras la pantalla o incluso el texto– y, sobre todo, requiere a su público –o audiencia– que lo estructura y construye al tiempo que el personaje se crea-identifica. Como ha mencionado Carlos Castilla del Pino, este último, “más ostensiblemente que cada cual en tanto que cada persona, necesita su escenario en donde llevar a cabo su representación. ¿Representación de qué?

⁶⁴ Véase el apartado 2.3.2. de la presente.

⁶⁵ Cf. T. Parsons (1966) *El sistema social*. Madrid: Revista de Occidente; R. K. Merton (1970) *op. cit.*; y (1957) “The Role-Set Theory.” *British Journal of Sociology*, 8(2), 106-120. Los antecedentes de la teoría de los roles, desde una perspectiva antropológica, se pueden encontrar en las clásicas –y ya superadas– contribuciones de R. Linton (1936) *The Cultural Background of Personality*. Nueva York, NY: Appleton; y A. Southall (1959) “An Operational Theory of Role.” *Human Relations*, 12(1), 17-34.

⁶⁶ E. Goffman (2006) *op. cit.*, p. 131.

De sí mismo, de lo que es él, de lo que los demás le hacen ser, de lo que, además, le exigen ser".⁶⁷ Y es que no puede haber un *yo* al margen de lo que los demás consideran de éste, al igual que un personaje no existe al margen de quienes lo interpretan.

Además, el personaje ha de ser inventado y reinterpretado y, en consecuencia, su confirmación sólo puede venir desde sí mismo, es decir, desde su creador hacia sus intérpretes y desde sus intérpretes hacia sí. Esta dialéctica desde el sí hacia el *otro* y desde el *otro* hacia el sí es la base de cualquier interacción social. Como bien ha expresado Goffman, mientras el término persona se referirá al sujeto de una biografía, el término *papel* o *personaje*, se dirigirá a la versión escénica de esto.⁶⁸ Y como es evidente, el personaje es fruto de la influencia recíproca entre varios individuos. No olvidemos que todo acto en el que hay interacción es un acto comunicativo, momento en el cual un *yo* y un *tú* se hallan frente a frente. Este encuentro ha de ser interpretado siempre en claves escénicas, dado que los individuos que participan en él adquieren un rol. Es decir, entre sus varias máscaras, colocan una por encima de otra, en función de la situación y de los individuos que la componen. Tal y como menciona el investigador, la palabra rol es usada "tanto para la actividad escénica como para la no-escénica y aparentemente no tenemos dificultad en comprender si lo que se halla en cuestión es un verdadero rol o una mera presentación escénica del mismo".⁶⁹ El concepto de rol se convierte así, en una segunda naturaleza y en una parte integrante de nuestra propia personalidad que difícilmente puede separarse de ella. Desde el momento en que el sujeto se enfrenta a otros, es decir, se sitúa enfrente de otros, entra dentro del terreno de la actuación, es decir, se convierte en un participante de una actividad total, en la que en una ocasión dada influye de algún modo sobre el resto de participantes.⁷⁰

Los fenomenólogos Peter Berger y Thomas Luckmann también consideran que la adquisición de roles, que ellos llamarán 'tipos', siguiendo a Alfred Schütz, es clave en la construcción de la subjetividad en la vida

⁶⁷ C. Castilla del Pino (1989) *op. cit.*, p. 13.

⁶⁸ E. Goffman (2006) *op. cit.*, p. 136.

⁶⁹ E. Goffman (2006) *op. cit.*, p. 135.

⁷⁰ E. Goffman (1959) *op. cit.*, p. 34.

cotidiana. Para ellos, “tanto el yo actuante, como los otros actuantes se aprehenden, no como individuos únicos, sino como tipos”.⁷¹ Los roles son tipos de comportamiento institucionalizados, es decir, maneras de actuar que representan “un nexo institucional de comportamiento”.⁷² Pero ¿qué relación tiene la teoría de los roles con nuestro objeto? Como desarrollaremos más adelante, los medios juegan un papel crucial en la configuración de los roles sociales. Además, estos funcionan como herramientas –‘recetas’ en Schütz; ‘papeles’ en Merton, Mead y Goffman– que permiten a los individuos saber cómo deben actuar en cada situación, en relación a su posición social. El alcance de estas tipificaciones (arquetípicas, estereotípicas y típicas), creadas y vehiculadas por los medios, es uno de los ejes de nuestra propuesta, ya que en relación a ellas, el individuo construye la mayor parte de sus identificaciones subjetivas y reedifica la alteridad. Como han enunciado Berger y Luckmann, puede existir “una identificación total del individuo con sus tipificaciones socialmente atribuidas”,⁷³ es decir, con las otorgadas socialmente; y “esta aprehensión puede acentuarse positiva o negativamente en términos de valores y emociones”.⁷⁴ El valor de estas reificaciones es, por tanto, más relevante de lo que podría parecer, ya que confieren un *status* ontológico a las tipificaciones humanas. En cierta medida, el amplio abanico de tipificaciones sociales –reforzadas a diario en los mensajes que circulan en los medios, como veremos– puede llegar a provocar cierto grado de seguridad/inseguridad ontológica (Silverstone) entre los individuos.⁷⁵ Y esta incertidumbre sobre quiénes somos y con quiénes somos “más nosotros mismos” acentúa la urgencia de encontrar las raíces y encontrar nuestro lugar en el mundo.

Para Goffman, la interacción intersubjetiva encuentra su mayor síntesis –aunque no la única–⁷⁶ en el encuentro cara a cara o, lo que es lo

⁷¹ P. L. Berger y T. Luckmann (2008) *op. cit.*, p. 95.

⁷² P. L. Berger y T. Luckmann (2008) *op. cit.*, p. 97.

⁷³ P. L. Berger y T. Luckmann (2008) *op. cit.*, pp. 117-118.

⁷⁴ *Ibidem.*

⁷⁵ Cf. R. Silverstone (1994) *op. cit.*

⁷⁶ Trataremos de manifestar, más adelante, que los receptores también interactúan con los personajes en la distante comunicación mediática. Véase el apartado 7.4. concerniente a esta cuestión.

mismo, en la conversación real. Sin embargo, los resultados no siempre serán los mismos si los sujetos ya se conocen o son desconocidos. Como expresa el psicólogo, “en la conversación real cara a cara entre personas que mantienen relaciones estables entre sí, a menudo habrá ocasiones en que la relación no esté en peligro y se transmita muy poca información nueva que incida en la relación”.⁷⁷ Es decir, cuando los individuos se conocen, sus actuaciones –también llamadas por el autor ‘fachadas’–⁷⁸ funcionarán de manera regular y de un modo general y prefijado. Y es que una vez conocemos las fachadas del *otro* y el *otro* conoce las nuestras, la relación se sustentará sobre unas bases que tenderán hacia la estabilidad y la repetición, y procurarán no salirse del molde prefijado, es decir, del marco de referencia en el que los sujetos se encuentran insertos.

Por el contrario, en una relación interpersonal entre desconocidos o no tan cercanos, que sólo tengan acceso a uno de los roles del individuo (su faceta de empleado, colega profesional o cliente por ejemplo), la interacción será diferente. Los participantes habrán de otorgar una orientación, o lo que es lo mismo, una perspectiva temporal o un horizonte propio al marco en el que se insertan ambos individuos. Es decir, y como bien sugiere Goffman, “cuando un individuo llega a la presencia de otros estos tratan por lo común de adquirir información acerca de él o de poner en juego la que ya poseen”.⁷⁹ Esta información, que los sujetos observantes captan del nuevo individuo y el nuevo de los *otros*, permite a ambos situarse, es decir, les ayuda a definir bien la situación. Así se sabrá de antemano qué esperan unos de otros. Una vez informados, el individuo sabrá cómo comportarse para complacer a sus observadores y estos sabrán actuar a fin de obtener de él una respuesta determinada. En el caso de que los observadores no estén acostumbrados a tratar con el individuo, podrán coleccionar indicios de su comportamiento y semblante. Es por ello que, cuando no conocemos a un individuo –tal y como diría Goffman–, repasamos nuestra experiencia previa con individuos aproximadamente similares y aplicamos a los menos conocidos estereotipos

⁷⁷ E. Goffman (2006) *op. cit.*, p. 149.

⁷⁸ E. Goffman (1959) *op. cit.*, p. 34.

⁷⁹ E. Goffman (1959) *op. cit.*, p. 13.

que aún no han sido corroborados, y que son, en gran medida, instituidos desde los *media*.

De hecho, cuando un sujeto o, como podríamos denominar desde ahora, un personaje, se presenta ante otros intentará controlar la impresión que ellos reciban de la situación acaecida –en el argumento o escenario– en el espacio vital. Esta actuación, según Goffman, es más artificiosa de lo que parece, ya que el individuo “tenderá a incorporar los valores oficialmente acreditados de la sociedad, tanto más, en realidad, de lo que lo hace su conducta general”.⁸⁰ Es decir, se comportará de manera forzada o artificial por la sencilla necesidad de saberse contextualizado o aceptado por los observadores o la audiencia. Esta actuación artificial se debe, en cierta medida, a la autoconciencia del personaje en cuanto ser actuante y ser reinterpretado por los otros observadores. Aquí entrarían en juego cuatro imágenes: la imagen que X tiene de sí; la que X proyecta de sí; la que los demás tienen de X; y, por último, la imagen que los demás proyectan a X sobre sí mismo. En dicha conducta escénica el sujeto incluirá actividades significativas y simbólicas que le servirán como elementos definitorios de la persona, pero que en realidad son propios del personaje, en cuanto que se producen en un espacio escénico y de cara al público. Tal y como menciona el autor, estos elementos significativos se manifiestan de diversa manera:

“La expresividad del individuo, parece involucrar dos tipos radicalmente distintos de actividad significativa: la expresión que da y la expresión que emana de él. El primero incluye los símbolos verbales. El segundo comprende un amplio rango de acciones que los otros pueden tratar como sintomáticas del actor”.⁸¹

Y es que cuando un individuo desempeña un papel, solicita implícitamente a sus observadores que tomen en serio la impresión promovida por ellos. Sin embargo, cuando un actor adopta un rol, generalmente, ya se le ha asociado una fachada particular. No olvidemos que los roles tienen asociado un significado y una serie de expectativas relacionadas con la puesta en escena, tal y como han subrayado Peter J. Burke

⁸⁰ E. Goffman (1959) *op. cit.*, p. 47.

⁸¹ E. Goffman (1959) *op. cit.*, p. 14

y Jan E. Stets.⁸² Esta fachada, como ya hemos señalado, es un carácter abstracto y general que podríamos asociar con los signos que dotan su actividad. Para Goffman, esta apariencia está muy vinculada con el status social del individuo. De hecho, ser un tipo dado de persona no sólo significa poseer los atributos requeridos –socialmente–, sino también mantener las normas de conducta y apariencia que atribuye el grupo social al que el individuo pertenece.⁸³ La información que circula acerca de un individuo u otro tiene más importancia de la que parece, ya que le permitirá, como ya hemos mencionado líneas atrás, dar una respuesta determinada y no otra. En sus modos de acción, la persona transitará entre dos tendencias: la sobreactuación, es decir, la exaltación de la imagen que de sí tiene ante los demás; y la inhibición o retracción de toda imagen de sí.⁸⁴ Sin embargo, la tarea de autosimbolización (sobreactuación o inhibición) del individuo en los diferentes entornos en los que se inserta no es fácil. Mientras que el actor teatral –propiamente dicho– asume la tarea de representarse (aprende su papel) y sintetizarse en alguno de sus roles sociales centrales (y en la escena adquiriría el rol de buen padre o de ladrón por ejemplo), el sujeto no es tan claramente autosimbolizante y, en cierta medida, híbrida sus diferentes facetas. En la vida cotidiana, algunas veces atendemos tan sólo al rol que un individuo desempeña en una situación particular (como podría ser su faceta política), ignorando cualquiera de los papeles que desarrolla en otros ámbitos. Como es evidente, estos procesos son de gran relevancia y se encuentran relacionados con la dialéctica entre las narrativas mediáticas y los procesos de identificación.

Desde un ámbito diferente al de la microsociología, el antropólogo Lluís Duch también ha expresado de forma esclarecedora el carácter escénico y teatral del ser humano. Para él, nuestra condición de seres teatrales consiste principalmente en que somos al mismo tiempo actores y espectadores de nosotros mismos y de los demás.⁸⁵ Ya que “la vida cotidiana

⁸² P. J. Burke y J. E. Stets (2009) *op. cit.*, p. 225.

⁸³ E. Goffman (1959) *op. cit.*, p. 86.

⁸⁴ Esta idea es deudora del estudio sobre el personaje de C. Castilla del Pino (1989) “La construcción del self y la sobre construcción del personaje” en *op. cit.*, p. 22.

⁸⁵ L. Duch (2003) *op. cit.*, p. 19.

de todo ser humano es una ‘mise-en-scène’ sin fin”,⁸⁶ somos actores que vamos identificándonos y reidentificando a los *otros* en el transcurso de la vida. Desde el nacimiento, el ser humano comienza a tomar parte de una actividad escénica vital en la que cada ser (persona que actúa como actor o personaje) tiene un rol asignado. Tal y como dice Duch, el ser:

“‘Recita’ un papel, el cual, si las transmisiones efectuadas por las ‘estructuras de acogida’ han sido hechas con competencia, se podrá convertir en *obra abierta* porque la ‘improvisación’, es decir, la facultad de pensar, sentir y actuar con libertad, llegará a ser una realidad cotidiana”.⁸⁷

En este sentido, la improvisación humana –más que la libre capacidad para tomar decisiones– sería la constante invención de recursos para superar la contingencia a la que nos vemos arrojados. Vamos actualizando y contextualizando nuestro argumento vital –nuestra trama o biografía– en función de las insospechadas situaciones o “tramas teatrales que nos impone la inevitable presencia de la *contingencia*”.⁸⁸ En definitiva, la reflexión sobre la teatralidad de la identificación y del ser humano en general implica dos tipos de actividades reflexivas: una es la representación y la otra es la percepción, ambas necesariamente han de darse en la interacción. Y es que el ser humano, narrativamente y espectacularmente, como expresa Duch, siempre se encuentra representando una larga “serie de ‘situaciones’ y de ‘historias’ que le permiten, en la provisionalidad del tiempo y de los espacios, encontrarse a sí mismo (identificarse) en la medida que encuentra (*responde*) al otro”.⁸⁹

Pero esta interacción dramática, que venimos describiendo líneas atrás, también puede producirse, de forma muy similar, en un entorno virtual o mediático, como veremos en los capítulos IV y VII de la presente. Las narrativas mediáticas funcionan como *performances* teatrales, en las cuales un grupo de individuos intenta influir a otros. De esta manera, el discurso se constituye, principalmente, por actuaciones que intentan posicionar a los

⁸⁶ L. Duch (2004) “Notas para una antropología de la comunicación” en *op. cit.*, p. 96.

⁸⁷ L. Duch (2003) *op. cit.*, p. 18.

⁸⁸ L. Duch (2003) *op. cit.*, p. 184.

⁸⁹ *Ibidem*.

receptores de un lado concreto. Bien sean conversaciones espontáneas o discursos ensayados, estos enunciados han de ser interpretados siempre dentro de un marco 'metacomunicativo' que clasifica la situación de habla y el papel que desempeñan los participantes.

3.3.2. Procesos rituales y horizontes de sentido

La teatralidad, como hemos comprobado, está presente, prácticamente, en todos los espacios y tiempos de la vida cotidiana de los individuos y les permite interactuar intersubjetivamente. Pero además, los sujetos participan en diversos rituales a lo largo de sus trayectorias vitales que, como veremos a continuación, tendrán un papel clave también en la tarea de construcción de las propias identificaciones, y se encuentran íntimamente presentes en la comunicación mediática. Como es evidente la producción teórica en relación al ritual es muy extensa, por ello, y para no alejarnos de nuestro tópico, realizaremos un breve análisis del ritual únicamente en relación a nuestro objeto de estudio y enfoque. Si bien algunos autores son un tanto escépticos en relación a este concepto;⁹⁰ desde nuestra perspectiva, el ritual, como praxis cultural, es una herramienta muy útil que opera de modo muy similar a los marcos de referencia, como veremos a continuación. El ritual, entendido en su exégesis más simple, permite reducir la complejidad o superar la contingencia, como lo hacía el mito que describimos en el capítulo I. En este sentido, y tal y como bien ha expresado la investigadora mexicana Marcela Gleizer, el ritual tiene el triple cometido de estructurar campos de certeza para hacer tolerables los altos niveles de complejidad; circunscribir un horizonte, en el cual dotar de sentido a una selección; y brindar elementos para realizar la tarea de construcción de la propia identidad.⁹¹

Sería conveniente aclarar desde el principio que, para nosotros, el ritual es una costumbre convertida en ritmo pautado o articulación histórico-

⁹⁰ El antropólogo Jack Goody acusa la vaguedad del término. J. Goody (1977) "Against 'Ritual'" en S. F. Moore y B. Meyerhoff (eds.) *Secular Ritual*. Assen: Van Gorcum, pp. 3-24.

⁹¹ M. Gleizer (1997) *Identidad, subjetividad y sentido en las sociedades complejas*. México: Juan Pablos Editor, p. 54.

cultural del culto, que es una condición estructural del ser humano, si utilizamos el modelo interpretativo propuesto por Lluís Duch.⁹² El ritual funciona como una especie de 'horizonte de sentido', concepto heredero de la tradición hermenéutica, y es entendido como un esquema comprensivo análogo a los ya estudiados 'mundo de vida' o *frames*. El vínculo del ritual, como medio para dirigir o enmarcar, con la teoría del *framing* ha sido expresado por numerosos antropólogos como Mary Douglas o Jonathan Z. Smith.⁹³ El rito como horizonte, es decir, como un recurso explicativo inherente a la cultura misma, facilita a los sujetos la comprensión del sí y de los *otros* como explicaremos. Este horizonte, propuesto desde una perspectiva filosófica por Charles Taylor, se refiere a la zona de sentido en que alguien está inserto y funciona en su cotidianeidad existencial.⁹⁴ Dicho con otras palabras, funciona como un encuadre o marco moral, que ayuda a los sujetos a vivir con plenitud su propia experiencia o existencia. En este caso, la aplicación de esta noción al estudio del ritual nos aportaría los elementos necesarios para delimitar el alcance del proceso, sin dejar a un lado su complejidad inherente y sin caer en simplificaciones que lo vinculen exclusivamente con el orden o el desorden social. El investigador de los medios de comunicación, Nick Couldry ha expresado la necesidad de alejarnos del tópico de la centralidad, según el cual existe un orden social natural, y propone una visión más crítica que cuestione el orden proporcionado por los rituales mediáticos en concreto.⁹⁵ De hecho, asume la premisa propuesta por Philip Elliot, según la cual el ritual es una *performance* en la que no todos sus participantes son iguales,⁹⁶ por lo que no respetan necesariamente la diversidad.

Si bien las aportaciones de algunos antropólogos clásicos como Arnold Van Gennep,⁹⁷ James Frazer,⁹⁸ Bronislaw Malinowski⁹⁹ o Lévi-Strauss,¹⁰⁰

⁹² Véase la nota 2 del capítulo I.

⁹³ Cf. M. Douglas (1984) *Purity and Danger*. Londres: Routledge; y J. Z. Smith (1987) *To Take Place*. Chicago, IL: Chicago University Press.

⁹⁴ F. J. Higuero (2006) "La contextualización moral del sujeto en el pensamiento de Charles Taylor." *Convivium: Revista de Filosofía*, 19, Barcelona, p. 104; y Ch. Taylor (1996) *op. cit.*

⁹⁵ N. Couldry (2003) *Media Rituals*. Londres: Routledge, p. 20.

⁹⁶ P. Elliot (1982) "Press Performance as Political Ritual" en H. Christian (ed.) *The Sociology of Journalism and the Press*. Keele: University of Keele, p. 145.

⁹⁷ Cf. A. van Gennep (1986) *Los ritos de paso*. Madrid: Taurus.

entre otros, son esenciales para el estudio de los procesos rituales; para nosotros, las contribuciones más interesantes desde un punto de vista cultural son las del ya citado Victor Turner¹⁰¹ y, sobre todo, las de Clifford Geertz.¹⁰² Desde el enfoque de ambos, que podríamos llamar antropología simbólica, el ritual es delimitado, a grandes rasgos, como un recurso expresivo y comunicativo capaz de revelar de manera simbólica algunos de los aspectos culturales de una sociedad o cultura. Como ya hemos comentado, el ritual funcionaría así como un marco generador de sentido, o lo que es lo mismo, como un esquema de referencia, patrón o modelo, en virtud del cual los individuos pueden dar forma a los procesos sociales y psicológicos en los que participan.¹⁰³ Los rituales son decisivos para la estructuración y organización de los grupos, ya que ofrecen pautas que podrán luego utilizar en la interacción. De forma evocadora, Marcela Gleizer ha expresado que observar el ritual es como ponerse junto a una ventana y adentrarse en las concepciones de una determinada cultura: sus cosmovisiones, sus ideas acerca del orden, su estructura fundamental, sus conflictos o contradicciones.¹⁰⁴

Ahora bien, es importante matizar que el ritual no expresa o afirma cuál es el orden natural, idea heredera de Emile Durkheim, sino cuál o cuáles son los ordenes establecidos o dominantes, con sus conflictos y desigualdades sociales incluidas.¹⁰⁵ De manera que el sujeto puede aprehender los valores y creencias establecidos de su comunidad y cuestionar su posición en ellos, a la vez que puede gestionar la diferencia

⁹⁸ J. Frazer (1982) *La rama dorada*. México: FCE.

⁹⁹ B. Malinowski (2000) *Los argonautas del Pacífico occidental*. Barcelona: Península.

¹⁰⁰ C. Lévi-Strauss (1983) *Las estructuras elementales del parentesco*. México: Paidós.

¹⁰¹ Cf. V. Turner (1988) *op. cit.*

¹⁰² Cf. C. Geertz (1981) *op. cit.*; E. Leach (1977) *Sistemas políticos de la alta Birmania*. Barcelona: Anagrama; y M. Gluckman (1978) *Política, derecho y ritual en la sociedad tribal*. Madrid: Akal.

¹⁰³ Esta premisa es heredera de la propuesta de E. Durkheim (1968) *op. cit.* Para el sociólogo el rito funciona como un mediador, una forma que hace posible la integración entre la estructura social y el individuo. Podemos observar esta posición también en trabajos posteriores de Talcott Parsons o Robert K. Merton.

¹⁰⁴ M. Gleizer (1997) *op. cit.*, p. 64.

¹⁰⁵ Esta idea es deudora de algunos teóricos como M. Bloch (1989) *Ritual History and Power*. Londres: The Athlone Press; y P. Bourdieu (1991) *Language and Symbolic Power*. Cambridge: Polity Press.

respecto a los *otros*¹⁰⁶ o las otras culturas. El ritual, como diría Clifford Geertz, encierra en su simbolismo una interpretación sobre la cultura misma. De esta manera, la relación cultura-rito debería entenderse siempre de manera autopoiética y simbiótica. Si bien es cierto que en momentos específicos el ritual (sea éste religioso o laico¹⁰⁷) recuerda a los miembros del grupo el orden hegemónico y las normas que rigen las pautas de actuación, tampoco podemos obviar que el ritual debe ser entendido como una forma de experiencia y no como una esencia. Dicho con otras palabras, un análisis sobre los ritos propios de una cultura nos puede ayudar a entender cómo se comportan en un momento dado unos individuos en relación a las estructuras dominantes, pero nunca cómo son estos individuos. Recordemos también que, como ha expresado Lluís Duch, los ritos son formas de escenificación cultural,¹⁰⁸ que han sido establecidas “por las instituciones para articular históricamente la constitución cultural de los seres humanos”.¹⁰⁹ De modo que no son inherentes a los grupos, sino a sus formas de actuación, organización y acción.

Ahora bien, aquello que nos interesa más del rito es su presencia en las sociedades contemporáneas y su incidencia en la experiencia social y en la construcción de la subjetividad. Como es bien sabido el ritual no sólo pertenece al ámbito religioso, como se podría pensar. De hecho es muy importante tener en cuenta los precedentes prehumanos del ritual. Tal y como ha subrayado Duch: “Todos los seres vivos establecen nexos comunicativos mediante cadencias y ritmos biológicos propios de cada uno de ellos, los cuales se encuentran inscritos en su instintividad característica”.¹¹⁰ Los seres humanos son rítmicos por naturaleza y necesitan pautas para contrastar las sorpresas de la vida, praxis para dominar la contingencia,¹¹¹ en definitiva. Tampoco podemos olvidar que el ser humano

¹⁰⁶ Los *otros* serán aquellos grupos de no-pertenencia, sean hegemónicos o marginales.

¹⁰⁷ La asistencia a un partido de fútbol o la espera de la llegada de las estrellas en la puerta de un hotel; la participación en un show televisivo o la iniciación en las redes sociales, serían para nosotros ejemplos de algunos de los rituales cotidianos propios de las sociedades actuales.

¹⁰⁸ L. Duch (2010) *op. cit.*, p. 387.

¹⁰⁹ L. Duch (2010) *op. cit.*, p. 389. (T. d. A.).

¹¹⁰ L. Duch (2010) *op. cit.*, p. 384. (T. d. A.).

¹¹¹ Cf. L. Duch, (2010) “Ritu i repetició: ritos periòdics” en *op. cit.*, pp. 386-392.

es un aprendizaje y los rituales son, en gran medida, procesos de aprendizaje social y cultural. Además, el ritual tanto desde un punto de vista religioso como político es un medio muy potente de comunicación, como ha manifestado Duch. Con razón Niklas Luhmann ha expresado que debemos de concebir los ritos como formas de comunicación con una percepción orientada hacia la escenificación.¹¹² El culto también se halla muy conectado con el cuerpo, entendido como categoría semántica. El ritual ha de inscribirse en la existencia corporal. En palabras de Lluís Duch:

“Desde los tiempos más remotos, el amplio abanico de culturas y religiones humanas ha puesto de relieve que la actuación del cuerpo individual y social es indispensable para la eficacia de los rituales porque estos, casi siempre, están centrados en las posibilidades simbólicas del cuerpo”.¹¹³

En definitiva, el ritual se encuentra presente en todos los actos significativos de la vida cotidiana, en el amor o en la guerra, en la política;¹¹⁴ pero también en los eventos ceremoniales, festivos como ha estudiado John McAloon¹¹⁵ o, incluso, en el deporte, como ha investigado Susan Birrel.¹¹⁶ Además, forma parte de la vida cotidiana tal y como lo ha evidenciado Erving Goffman en su estudio sobre el papel del ritual en la interacción.¹¹⁷ El autor enfatiza, como en la mayoría de sus obras, en la acción y en la conversación propiamente dicha, adentrándose en el comportamiento, en los gestos y en otro tipo de evidencias propias de la interacción de los individuos en sociedad, y otorga así un valor ritual a los elementos microsociales.

Finalmente, el ritual se puede observar en los discursos de los medios de comunicación y, sobre todo, en los procesos cognitivos y afectivos, de identificación e interpretación, que realizan los individuos en la recepción mediática. Numerosos son los investigadores de los medios que han

¹¹² Cf. N. Luhmann (2007) *La religión de la sociedad*. Madrid: Trotta.

¹¹³ L. Duch (2010) *op. cit.*, p. 400. (T. d. A.).

¹¹⁴ Cf. D. I. Kertzer (1988) *Ritual, Politics and Power*. New Haven, CT: Yale University Press.

¹¹⁵ J. McAloon (1984) *Rite, Drama, Festival, Spectacle*. Filadelfia, PA: Institute for the Study of Human Issues.

¹¹⁶ S. Birrel (1981) “Sport as Ritual.” *Social Forces*, 60(2), 354-376.

¹¹⁷ E. Goffman (1970) *Ritual de la interacción*. Buenos Aires: Tiempo Contemporáneo.

enfaticado en el papel clave de los rituales mediáticos en la vida cotidiana.¹¹⁸ Así lo ha expresado, por ejemplo, Nick Couldry para quien los ‘rituales mediáticos’ son “acciones formalizadas y organizadas en torno a las principales categorías mediáticas y sus límites, cuya performance enmarca o sugiere una conexión con valores más importantes relacionados con los medios”.¹¹⁹ Dicho con otras palabras, los rituales mediáticos pueden enmarcar lo social y van más allá del proceso de recepción propiamente dicho. Además, pueden ser entendidos como el mecanismo clave para reproducir la legitimación.¹²⁰ De hecho, tal y como ha expresado Catherine Bell, la cualidad central de la ritualización consiste en su capacidad de organizar el espacio, la cual nos ayuda a construir las características del medio ambiente y a reproducir el poder simbólico en juego a partir de las categorizaciones en las que el ritual se basa.¹²¹ Los rituales tienen, por tanto, consecuencias en la configuración del mundo social: ofrecen y dramatizan valores y creencias; explicitan el funcionamiento de ciertos procesos, las normas tipificadas, las pautas de comportamiento, en definitiva; y, por último, indican las relaciones que están permitidas o prohibidas, en función del status de sus miembros. Para terminar, no podemos olvidar que el ritual no sólo genera un sentimiento de pertenencia de grupo –los que participan en él se sienten miembros– sino también, y principalmente, ofrece una fuente de identificaciones que brindarán a los individuos los elementos necesarios para construir sus diferentes definiciones (para sí y para los *otros*). Pero asimismo supondrá, para aquellos que no puedan participar en él, una forma

¹¹⁸ Cf. F. Hughes-Freeland (1998) “From Temple to Television” en F. Hughes-Freeland y M. M. Crain (eds.) *Recasting Ritual*. Londres: Routledge, pp. 44-67; K. Becker (1995) “Media and the Ritual Process.” *Media, Culture and Society*, 17(4), 629-646; J. Curran (1989) *Media Ritual and Identity*. Londres: Routledge; S. M. Hoover (1988) “Television, Myth and Ritual” en J. Carey (ed.) *Media, Myths and Narratives*. Newbury Park, CA: Sage, pp. 161-178; A. M. Rubin (1984) “Ritualized and Instrumental Television Viewing.” *Journal of Communication*, 34(3), 64-77; J. S. Ettema (1990) “Press Rites and Race Relations.” *Critical Studies in Mass Communication*, 7(4), 309-333; y D. Chaney (1983) “A Symbolic Mirror of Ourselves.” *Media, Culture and Society*, 5(2), 119-135.

¹¹⁹ N. Couldry (2003) *op. cit.*, p. 29. (T. d. A.).

¹²⁰ N. Couldry (2003) *op. cit.*, p. 2.

¹²¹ Esta investigadora ha estudiado el ritual religioso en concreto, pero su propuesta podría aplicarse al ritual mediático. Cf. C. Bell (1992) *Ritual*. Nueva York, NY: Oxford University Press.

de exclusión, una barrera que hará que los externos al grupo tengan mayor dificultad para gestionar la incertidumbre.

3.4. LENGUAJE Y MEDIACIONES

En este tercer apartado nos referiremos a la que para nosotros es, quizás, la estructura de organización e intelección principal, gracias a la cual los individuos y los grupos se construyen: el lenguaje. Como ya expresamos anteriormente, aunque el ser humano trate de eliminar la *ambigüedad* propia de su entorno, mediante símbolos, mitos o ritos, ésta será siempre imposible de superar, puesto que, como diría Lluís Duch, es una *conditio sine qua non* de la existencia humana. La inestable situación del ser en el cosmos se ve mermada gracias al uso de las mediaciones, ya que, como expresa el antropólogo catalán, “es preciso salvar la ‘distancia’ que nunca deja de abrirse entre el sujeto y el objeto, entre el tiempo y la eternidad, entre los arquetipos y los artefactos espacio-temporales, que pálidamente reflejan la realidad original y originante”.¹²²

Desde nuestra perspectiva, y como veremos a continuación, el lenguaje, entendido como praxis antropológica existencial,¹²³ se encuentra en el centro de la vida cotidiana y tiene una influencia crucial en la construcción de la objetividad y la subjetividad de las relaciones humanas, como han manifestado diversas corrientes de pensamiento. Además, y quizás este sea el hilo conductor esencial, el lenguaje es siempre mediador entre un individuo y otro. Asimismo, podríamos afirmar que el lenguaje tiende puentes entre lo objetivo y lo subjetivo, entre lo conocido y lo desconocido y constituye el eje del pensamiento, dado que este último es un acto *en* el lenguaje. Dicho de otra forma, el pensamiento racional no es nada sin el lenguaje, o lo que es lo mismo, el ser pensante sólo será tal en cuanto pueda expresarse, incluso aunque esta expresión sea silenciosa. A nuestro juicio, no existe pensamiento o actividad simbólica fuera de la mediación lingüística, como veremos. Pero

¹²² L. Duch (2002a) *op. cit.*, p. 473.

¹²³ Nos centramos en la puesta en acción del lenguaje, es decir, en el habla propiamente dicha, que para Heidegger queda radicada en la existencialidad. Cf. M. Heidegger (2009) *El ser y el tiempo*. Madrid: Trotta.

además de ser el eje fundamental del pensamiento, también se constituye como el elemento que guía la acción y la interacción social. De hecho, los instrumentos gracias a los cuales se construye la realidad social son discursivos, ya que el lenguaje es de naturaleza formativa¹²⁴ y performativa, como veremos. Dicho con otras palabras, más que una forma de expresión o referencia es una forma de acción como ya hemos expresado, capaz de crear y transformar el mundo.

Quizás, nuestro lector se pregunte en qué medida el estudio del lenguaje puede alumbrar nuestro objeto de estudio. Como veremos, la naturaleza discursiva y activa de éste se encuentra presente no solo en la construcción de la realidad cotidiana, sino también y, principalmente, en la configuración de las narrativas mediáticas y de los procesos de identificación.

3.4.1. El lenguaje como praxis existencial

Es claro que el lenguaje tiene una función central en la clasificación y el ordenamiento de la experiencia humana. Pero además de reducir la contingencia y el desorden, descifrar, acotar y simplificar lo abstracto, sobre todo, permite al ser construir la experiencia cotidiana, o lo que es lo mismo, constituir el 'vivir' como experiencia. Ya en 1825 en *Sobre la estructura diferenciada del lenguaje humano y su influencia sobre la evolución espiritual de la humanidad*, Wilhem von Humboldt –como ha señalado George Steiner– estableció la necesaria correlación analítica entre la experiencia y el lenguaje humano: “La lengua es el *a priori*, la única estructura cognoscitiva verdadera, o al menos, la única que se presta a la verificación”.¹²⁵ Según esta premisa básica, el lenguaje es el eje central del hombre o, como diría Humboldt, es un ‘tercer mundo’ capaz de mediar entre la realidad fenoménica del mundo empírico y las estructuras de conciencia interiorizadas.¹²⁶ Esta capacidad mediadora entre los dos polos de conocimiento o acceso a la realidad

¹²⁴Sobre esta función véanse las obras del psicólogo social J. Shotter (1993) *Cultural Politics of Everyday Life*. Buckingham: Open University Press; y (1993) *Conversational Realities*. Londres: Sage.

¹²⁵ W. von Humboldt, citado en G. Steiner (1980) *Después de Babel*. México: FCE, p. 100.

¹²⁶ G. Steiner (1980) *op. cit.*, p. 100.

imprimen en la experiencia humana, como ha señalado George Steiner, una estructura subyacente, de carácter dialéctico.¹²⁷ También ha remarcado esta función intermediaria Octavio Paz, en su obra consagrada al estudio del lenguaje, *El arco y la lira*, cuando advierte: “Lo primero que hace el hombre frente a una realidad desconocida es nombrarla, bautizarla. Lo que ignoramos es aquello que es innombrable”.¹²⁸ De esta manera, el lenguaje aparece como un mediador entre lo conocido y lo desconocido. Pero, más allá de reducir la complejidad entre el sujeto y el mundo, como veremos más adelante, el lenguaje los construye como tales. Es decir, el lenguaje no representa o traduce la realidad, sino que, como bien sintetizase José María Valverde, es “la realidad y la realización de nuestra vida mental”.¹²⁹ No es un objeto, un organismo o un sistema convencional, sino una condición de la existencia del hombre,¹³⁰ capaz de otorgar sentidos a la experiencia compartida. A este respecto, como iremos desarrollando a lo largo de este apartado, es importante partir de que la realidad y la experiencia adquieren sentido de forma lingüística. De hecho, tal y como ha expresado Albert Chillón:

“No existe *una* sola realidad objetiva externa a los individuos, sino múltiples realidades subjetivas, innúmeras experiencias. Y estas realidades subjetivas múltiples e inevitables *adquieren sentido para uno y son comunicables para los demás* en la medida en que son verbalizadas: *engastadas* en palabras y *vertebradas* en enunciados lingüísticos”.¹³¹

En este fragmento podemos observar la esencia lingüística de la realidad del hombre y de su humanidad, hechos en los que profundizaremos a lo largo de nuestra argumentación, y que serán clave para comprender la dialéctica que nos ocupa. Ahora bien, no podemos olvidar que la palabra sólo es una de las múltiples capacidades expresivas y simbólicas del ser humano. Precisamente, la puesta en acción del lenguaje, como veremos, es otra de las

¹²⁷ G. Steiner (1980) *op. cit.*, p. 102.

¹²⁸ O. Paz (1973) *El arco y la lira*. México: FCE, p. 30.

¹²⁹ J. M. Valverde (1993) *Nietzsche, de filólogo a Anticristo*. Barcelona: Planeta, p. 28.

¹³⁰ O. Paz (1973) *op. cit.*, p. 30.

¹³¹ A. Chillón (1999) *Literatura y periodismo*. Bellaterra: UAB, pp. 28-29.

expresiones supremas de la simbolización. Aunque, como bien ha manifestado Agustín García Calvo, domine en nuestro mundo la idea de que hablar y hacer son dos cosas diferentes, desde nuestra perspectiva no hay acción sin palabra, ni palabra sin decir. Así planteado, la puesta en palabras, el *empalabramiento* o *apalabramiento* de la realidad –como diría Lluís Duch–, es la única manera de ser en el mundo. De manera que el lenguaje, entendido como una actividad completa, no se puede contraponer a la praxis real. “Todo acto lingüístico es un acto necesariamente social y socialmente ordenado, el cosmos sobre el que el acto lingüístico verse no puede ser sino social, convencional y ordenado”.¹³² Con razón se han remarcado sus funciones prácticas¹³³ e impresivas. La lingüística americana, sobre todo, ha puesto de manifiesto la capacidad del lenguaje para modificar la realidad. Ahora bien, no podemos obviar que el *polifacetismo* de la realidad, como ha puesto de manifiesto Lluís Duch, se articula mediante los numerosos lenguajes que el hombre “puede *aprender* para poder *comunicarse* e ir *edificando* progresivamente su auténtica humanidad”.¹³⁴ A la luz de estos planteamientos abandonamos cualquier clase de visión logocentrista del lenguaje que inevitablemente caería en reduccionismos.

3.4.2. Los límites del la tradición instrumental

Quizás el lenguaje esté fuera de toda tentativa de definición, como dijo García Calvo; no obstante, desde la Antigüedad ha habido múltiples tentativas por descubrir su origen, describir sus funciones y analizar sus efectos. Éstas y muchas otras cuestiones han sido planteadas, que no resueltas, a un nivel metafísico, epistemológico y ontológico. Con razón Wilhem Marsahall Urban expone en su *Lenguaje y realidad* que “el lenguaje es el último y el más profundo problema del pensamiento filosófico”;¹³⁵ u Octavio Paz señala que

¹³² A. García Calvo (1989) *Hablando de lo que habla*. Zamora: Lucina, p. 55.

¹³³ Michel Bréal, por ejemplo, considera el lenguaje como un objeto práctico. Cf. M. Bréal (1982) *Essai de sémantique*. París: Montfort. Como ha señalado A. García Calvo, la vida mental (*mental life*) o el comportamiento mental (*mental behaviour*) se identifican con *speech* o *inner speech*. A. García Calvo (1989) *op. cit.*, p. 90.

¹³⁴ L. Duch (2002a) *op. cit.*, p. 477.

¹³⁵ W. M. Urban (1952) *Lenguaje y realidad*. México: FCE, p. 13.

“la historia del hombre podría reducirse a la de las relaciones entre las palabras y el pensamiento”.¹³⁶ Como es evidente, no nos interesa en este lugar desarrollar una definición del lenguaje, ya que nos hemos propuesto una tarea mucho más asequible y concreta. Trataremos de manifestar que para nosotros el lenguaje es esencial en la construcción de la realidad cotidiana y en los procesos de identificación. Aún así, nos resultará de gran utilidad explorar, previamente, algunas propuestas teóricas más generales para clarificar mejor nuestro objeto.

Las primeras reflexiones sobre el lenguaje, como ha expresado Hans Georg Gadamer, consideraban natural la unidad entre palabra y cosa,¹³⁷ es decir, entre el designador y el objeto designado. Sin embargo, la filosofía griega se inicia con la idea de que la palabra cumple únicamente la función de nombre o ‘nombrar’, de modo que no representa al verdadero ser. Ya en *El Crátilo* se discutían dos teorías similares que intentaban determinar la relación palabras-cosas, eje de la especulación posterior. El filósofo griego cuestiona los límites de la teoría convencionalista y los de la semejanza y pretende mostrar que en el marco del lenguaje no puede alcanzarse ninguna verdad objetiva. Como es bien conocido, el cosmos de las ideas es para Platón superior e independiente del lenguaje¹³⁸ y, por lo tanto, el conocimiento es previo. Así, el lenguaje es entendido como una copia o herramienta incapaz de alcanzar la verdad, y el pensamiento se encuentra en un territorio separado de las palabras. En palabras de Gadamer, estudioso de la obra platónica:

“Con esto queda dicho también que el pensamiento llega a eximirse a sí mismo del ser de las palabras –tomándolas como simples signos que dirigen la atención hacia lo designado, la idea, la cosa–, que la palabra queda en una relación enteramente secundaria con la cosa”.¹³⁹

¹³⁶ O. Paz (1973) *op. cit.*, p. 29.

¹³⁷ H.-G. Gadamer (2007) *Verdad y método*. Salamanca: Sígueme, p. 487.

¹³⁸ H.-G. Gadamer (2007) *op. cit.*, p. 515.

¹³⁹ H.-G. Gadamer (2007) *op. cit.*, p. 497.

La persistencia de la doctrina griega del *logos* se mantuvo vigente durante la Edad Media, sin embargo, en esta época la palabra como ‘suceder’ adquiere un acento especial y se convierte en verbo: vehículo de la voz de Dios. Al principio, como ha señalado Gadamer, se intentó hacer uso de la oposición estoica entre *logos* exterior e interior, pero la doctrina de la Iglesia rechazó la exterioridad de la palabra y provocó que el problema del lenguaje se situase en la interioridad del pensamiento.¹⁴⁰ Agustín, el padre de la Iglesia católica, no sólo devaluó la palabra externa en *De Trinitate*, sino que otorgó el estatuto de Verdad a la palabra interior, ya que la consideraba reflejo de la palabra divina. La palabra agustiniana dice cómo es la cosa y, sobre todo, hace patente lo ausente: es el vehículo entre la ausencia y la presencia. No obstante, como ha expresado Gadamer, “la palabra interior, en cuanto que expresa el pensar, reproduce al mismo tiempo la finitud de nuestro entendimiento discursivo”.¹⁴¹ Sin embargo, esta perspectiva aún no otorga un estatuto ontológico al lenguaje. Aunque en el Renacimiento llegaron a plantearse algunas propuestas fecundas,¹⁴² como ha señalado el investigador, aún no se inician los planteamientos de la moderna filosofía del lenguaje que son los que verdaderamente lo han convertido en objeto de reflexión central¹⁴³ para tradiciones diversas. El interés de los primeros pensadores modernos es bastante diferente al de los de la tradición greco-cristiana, aunque como ha subrayado Gadamer, en Herder o en Humboldt todavía no puede hablarse de una apuesta directa por la concepción de la ‘verdad de la palabra’,¹⁴⁴ que se alcanzará más tarde. No obstante, Humboldt planteó una antropología que tendrá un gran alcance posteriormente, sobre todo en Gadamer, como se puede apreciar en este fragmento:

“El lenguaje no es sólo una de las dotaciones de que está pertrechado el hombre tal como está en el mundo, sino que en él se basa y se representa el que los hombres

¹⁴⁰ H.-G. Gadamer (2007) *op. cit.*, p. 504.

¹⁴¹ H.-G. Gadamer (2007) *op. cit.*, p. 507.

¹⁴² Gadamer se refiere a las aportaciones del padre de la filosofía alemana, Nicolás de Cusa, que parte de la imprecisión fundamental de todo saber humano: “Todo conocimiento humano es pura conjetura y opinión.” H.-G. Gadamer (2007) *op. cit.*, p. 524.

¹⁴³ Así lo han manifestado C. Corredor (1999) *Filosofía del lenguaje*. Madrid: Visor; o A. Chillón (1999) *op. cit.*

¹⁴⁴ H.-G. Gadamer (2007) *op. cit.*, pp. 526-527.

simplemente tengan mundo. Para el hombre el mundo está como mundo, en una forma bajo la cual no tiene existencia para ninguno otro ser vivo puesto en él. Y esta existencia del mundo está constituida lingüísticamente”.¹⁴⁵

Sin embargo, a lo largo de los siglos XIX y XX, la propuesta iniciada por Humboldt fue relegada y, en muchas ocasiones ignorada, por la primacía otorgada al paradigma formalista-estructuralista inaugurado por Ferdinand Saussure en 1916, con su obra *Curso de lingüística estructural*. Esta tradición dominante, como la ha llamado Albert Chillón, parte de la concepción estática del signo y considera el lenguaje como vehículo subordinado al pensamiento preconsciente¹⁴⁶ y autónomo. Así visto, el lenguaje es reducido a un mero vehículo o instrumento de comunicación ‘monodimensional’, que tan sólo sirve a los pensamientos previamente formados en la conciencia. No obstante, no han faltado críticas que han puesto en evidencia las limitaciones operadas desde la tradición dominante. De hecho, en respuesta a ella, surge el llamado giro lingüístico o *linguistic turn*, que tiene un alcance analítico, retórico, pragmático y hermenéutico, principalmente. Según estos teóricos, entre los que podemos destacar a Ernst Cassirer, Martin Heidegger, Ludwig Wittgenstein, Wilhem M. Urban, John L. Austin, Mijaíl Bajtín o Hans Georg Gadamer, “*pensamiento y lenguaje, conocimiento y expresión* son esencialmente una y la misma cosa”.¹⁴⁷ El giro, por lo tanto, no es más que una toma de conciencia de la importancia del lenguaje como cualidad fundamental de la existencia, la experiencia humana o la vivencia mental, y lo traslada más allá de su anterior posición marginal, como veremos, al centro mismo de la filosofía.¹⁴⁸

En definitiva, a lo largo de los siglos XIX y XX, la historia moderna del pensamiento acerca del lenguaje se ha desarrollado en relación a varias dicotomías enfrentadas que, sin duda, han reducido en más de una ocasión sus verdaderos atributos. La corriente mayoritaria que arranca con el *adequatio rei et intellectus* platónico –según el cual existe una adecuación

¹⁴⁵ H.-G. Gadamer (2007) *op. cit.*, p. 531.

¹⁴⁶ Partían de que los conceptos estaban primero y los nombres se colocaban sobre ellos posteriormente.

¹⁴⁷ A. Chillón (1999) *op. cit.*, p. 23.

¹⁴⁸ H.-G. Gadamer (2007) *op. cit.*, p. 379.

entre la palabra y lo que designa-, se contrapone a una línea minoritaria que tiene ciertas reservas hacia la capacidad designativa de la misma. Esta reserva crítica, ya anunciada por los sofistas, llegó a su consumación con las propuestas de Humboldt, Herder y Hamman, que sentarán las bases del giro lingüístico anunciado. La propuesta nietzscheana también evidencia esta desconfianza o reserva hacia la palabra como medio para alcanzar la totalidad. Según el filósofo alemán, no se puede perder de vista que la relación entre las palabras y las cosas es de naturaleza esencialmente retórica, metafórica, simbólica y representacional. En *Sobre verdad y mentira en un sentido extramoral*, el filósofo alemán expresa las claves del giro retórico: “Creemos saber algo de las cosas mismas, y no poseemos sin embargo más que metáforas de las cosas que no corresponden en absoluto a las esencias primitivas”.¹⁴⁹ Para él, las palabras no coinciden con los objetos que designan ya que son *tropos*, es decir, alusiones figuradas, saltos de sentido que *traducen* en enunciados inteligibles las experiencias sensibles de los sujetos.¹⁵⁰ El autor parte de la premisa de que todo pensamiento consciente es posible gracias al lenguaje, o dicho de otro modo, de que “no hay pensamiento sin lenguaje, sino pensamiento *en* el lenguaje”,¹⁵¹ intuición que será reafirmada por los seguidores de la tradición del giro lingüístico,¹⁵² que hemos mencionado. Ya en 1697 Leibniz había expresado que el lenguaje más que ser un vehículo del pensamiento es el medio que lo determina y lo condiciona;¹⁵³ pero no será hasta las tesis citadas de Humboldt y las intuiciones de Nietzsche cuando verdaderamente se produzca el giro retórico que hemos anunciado y que provocará un cambio en el modo de entender las ciencias sociales y humanas del siglo XX. Según esta nueva perspectiva, la realidad está hecha de palabras y todo aquello que puede ser conocido es

¹⁴⁹ F. Nietzsche (1994) *Sobre verdad y mentira en un sentido extramoral*. Madrid: Tecnos, p. 23.

¹⁵⁰ A. Chillón (1999) *op. cit.*, p. 25.

¹⁵¹ A. Chillón (1999) *op. cit.*, p. 24.

¹⁵² Cf. R. Rorty (1990) *El giro lingüístico*. Bellaterra: UAB; C. Lafont (1997) *Lenguaje y apertura del mundo*. Madrid: Alianza; A. Fabris (2001) *El giro lingüístico*. Madrid: Akal; A. Ferrara (2002) *Autenticidad reflexiva*. Madrid: Machado; T. Ibáñez (2003) “El giro lingüístico” en L. Íñiguez (coord.) *Análisis del discurso*. Barcelona: UOC, pp. 21-42; y C. Thiebaut. (2004) “El pensamiento en el lenguaje” en *Didáctica de la Filosofía*. Madrid: Ministerio de Educación, pp. 57-66.

¹⁵³ G. Steiner (1980) *op. cit.*, p. 94.

articulado de forma discursiva. Ahora bien, es preciso advertir, para no caer en posibles reduccionismos logocentristas, que las palabras no son más que una de las formas simbólicas que evidencian el inherente polifacetismo humano.

Además de la primera dicotomía que hemos mencionado también hay otra cuestión que ha guiado, en gran medida, la reflexión sobre el lenguaje, que es la de si las palabras son objetos o sujetos del conocimiento y de la existencia, propiamente dicha. Este es el tipo de debates en el que no podremos entrar muy a fondo. En cualquier caso, como bien ha apuntado Octavio Paz, “las fronteras entre objeto y sujeto se muestran aquí particularmente indecisas. Estamos hechos de palabras. Ellas son nuestra única realidad o, al menos, el único testimonio de nuestra realidad. No hay pensamiento sin lenguaje, ni tampoco objeto de conocimiento”.¹⁵⁴ No obstante, como ya hemos anotado, preferimos no otorgar primacía a la palabra, tal y como hace Paz, puesto para nosotros las capacidades expresivas van más allá. Recordemos que a la luz de la logomítica, tal como vimos en el primer capítulo, debemos superar los dualismos metafísicos y las dicotomías tales como interior-exterior, concepto e imagen, *logos* y *mythos*, entre otras. Por este motivo trataremos de resolver la siguiente problemática en clave dialéctica: ¿Es el *logos* interior o exterior? Este interrogante que emerge unido al pensamiento escolástico ha constituido otro de los elementos de reflexión moderna. De hecho, desde la filosofía del lenguaje, la visión interior suele ser la más aceptada. Como observó W. V. Humboldt para inventar el lenguaje se le necesitó ya de antemano, lo que en cierta medida justificaría que el lenguaje es interior.¹⁵⁵ También José María Valverde parte de una concepción anterior del lenguaje: “El cuerpo expresa gracias a que previamente hay lenguaje”.¹⁵⁶ Éste es, para él, heredado gracias a la tradición: aceptamos y usamos algo recibido por ésta, que no sólo es la gramática o el léxico, sino también la experiencia como sistema de formas y ritos, mitos, valores, sentimientos o imágenes, que como veremos están muy

¹⁵⁴ O. Paz (1973) *op. cit.*, p. 30.

¹⁵⁵ J. M. Valverde (1984) *La literatura. Qué era y qué es*. Barcelona: Montesinos, p. 17.

¹⁵⁶ J. M. Valverde (1984) *op. cit.*, p. 19.

condicionadas por la comunicación mediática.¹⁵⁷ Sin embargo, las palabras expresan, comunican y provocan respuestas y, sobre todo, son capaces de transformar la realidad, o lo que es lo mismo son el eje de la acción, hecho que nos hace recordar que también son externas, configuradas en intercambio y en diálogo con otros. Así, a nuestro juicio, preferimos decantarnos por una reciprocidad entre la visión interior y la exterior.

En definitiva, las palabras significan, representan y simbolizan, como muchas otras formas de expresión humanas, algo que va allá de sí mismas, como diría John Searle,¹⁵⁸ motivo por el cual es fundamental interpretar los contenidos discursivos mediáticos. Pero, más allá del lugar que ocupe el lenguaje, hay otra cuestión que ha planteado gran controversia entre los teóricos y que podríamos enunciar así: ¿Pertenece las palabras a la esfera de la representación subjetiva o a la objetiva? Recordemos que mientras que en la Antigüedad la sofística negó la validez objetiva de la palabra y cuestionó los límites del pensamiento ‘puro’ o ‘universal’; la Stoa o filosofía estoica afirmó la validez de la palabra y consideró que existía una concordancia natural entre las palabras y el sentido al que hacen referencia.¹⁵⁹ Más allá de estas dos posiciones tradicionales enfrentadas, a nuestro juicio no se debe pensar la subjetividad como contraria a la objetividad, ya que ambas, como veremos, han de concebirse de manera recíproca y sólo juntas nos permiten acercarnos al conocimiento del *yo* y del mundo.

A este respecto, el lenguaje es precisamente el mediador entre estas dos formas de experiencia y comprensión. El investigador que primero subrayó los límites de esta dicotomía fue Wilhem von Humboldt. Para él, el signo fonético, en tanto materia del lenguaje hablada y escuchada, es el puente entre lo subjetivo y lo objetivo. En la medida en que es articulado, el signo hace alusión a una forma propia y subjetiva –formada por uno mismo– y, en tanto es escuchado, se refiere a parte de la realidad sensible y objetiva que nos rodea.¹⁶⁰ Así visto, el lenguaje es un campo intermediario y tiene una

¹⁵⁷ J. M. Valverde (1984) *op. cit.*, p. 64. Volveremos sobre la importancia de la tradición en el capítulo VII.

¹⁵⁸ J. Searle (1997) *La construcción de la realidad social*. Barcelona: Paidós, p. 76.

¹⁵⁹ E. Cassirer (1998) *op. cit.*, pp. 69, 144 y 145.

¹⁶⁰ E. Cassirer (1998) *op. cit.*, p. 34.

función mediadora clave entre la naturaleza finita y la infinita, y entre un individuo y otro.¹⁶¹ Desde de la perspectiva humboldtiana, la subjetividad del lenguaje no es una barrera que impida llegar a aprehender el ser objetivo; por el contrario, es un “medio de conformación, de ‘objetivación’ de las impresiones sensibles”.¹⁶² En una línea similar Ernst Cassirer ha propuesto una relación análoga entre ambas nociones ya que para él, el lenguaje no es ni objetivo ni subjetivo, sino el puente para alcanzar el conocimiento de lo social, como se puede observar en este párrafo:

“A través del lenguaje no se designa y expresa algo exclusivamente subjetivo ni exclusivamente objetivo, sino que en él aparece una nueva mediación, una peculiar determinación recíproca entre ambos factores. Por consiguiente, ni la mera descarga afectiva ni la repetición de estímulos sonoros objetivos representan ya el sentido y forma característicos del lenguaje, ésta surge más bien ahí donde ambos extremos se unen en uno solo, creando una nueva *síntesis* no dada anteriormente del ‘yo’ y ‘mundo’”.¹⁶³

A nuestro juicio, la necesaria coimplicación entre subjetividad y objetividad es una condición estructural clave para comprender el alcance de la lingüística en la vida cotidiana y para esclarecer la dialéctica que estudiamos. Por este motivo, abogamos por una resolución intermedia que nos permita comprender las dos facetas del lenguaje: una subjetiva, que nos ayude a representar y representarnos de manera peculiar el mundo exterior y la propia yoidad; una objetiva, que hace a todos los miembros de una nación o de una generación compartir una lengua o una forma de hablar propias, por ejemplo. Así, podríamos afirmar que la clásica antítesis subjetividad-individualidad y objetividad-universalidad han de ser superadas y convertirse en una dialéctica integradora. Por consiguiente, el lenguaje, antes de ser subjetivo u objetivo, es un mediador que no solo convierte la ausencia en presencia o lo interior en exterior, sino que propiamente crea, configura y transforma al *yo* y al mundo.

¹⁶¹ E. Cassirer (1998) *op. cit.*, p. 109.

¹⁶² E. Cassirer (1998) *op. cit.*, p. 111.

¹⁶³ E. Cassirer (1998) *op. cit.*, p. 35.

El dualismo verdadero-falso, muy vinculado a esta cuestión, también ha guiado el pensamiento sobre el lenguaje, como ya hemos visto desde el principio. No es extraño, pues, que hacia finales del siglo XIX el giro lingüístico se encargase de debatir una vez más la veracidad del lenguaje, desde diferentes perspectivas.¹⁶⁴ Más allá de la búsqueda de la verdad, George Steiner propone que la mayoría de los actos de habla comunes, “de palabras pronunciadas y oídas, no se inscribe bajo las rúbricas de lo ‘objetivo’ o lo verdadero. El concepto mismo de verdad integral –“toda la verdad y nada más que la verdad”– es un ideal artificial cuyo reino se limita a los tribunales o los seminarios de lógica”.¹⁶⁵ En este sentido, las intenciones son importantísimas, como veremos, ya que el lenguaje no puede transmitir la verdad:

“Comunicamos imágenes vividas, marcos afectivos particulares. Todas las descripciones son parciales. Cuando hablamos decimos menos que la verdad, recortamos para reconstruir las alternativas más satisfactorias, seleccionamos y omitimos. No decimos ‘las cosas’ que son, sino las que podrían ser”.¹⁶⁶

Además, el habla incluye lo no dicho y lo oculto, desde la mentira hasta el silencio. Como es sabido, Nietzsche puso en entredicho el estatuto de verdad de las palabras, sin negar la existencia de la realidad e inauguró una línea de pensamiento sobre la mentira. A su juicio, necesitamos mentiras para poder vivir¹⁶⁷ y las palabras no coinciden con los ‘objetos’ designados, dado que son *tropismos*, como ya hemos señalado. No obstante, el lenguaje da cuenta de la llamada realidad objetiva, entendida como lugar común o

¹⁶⁴ Cf. R. Bertrand (1946) *Investigación sobre el significado y la verdad*. Buenos Aires: Losada; y A. N. Whitehead (1956) *Proceso y realidad*. Buenos Aires: Losada. También son relevantes la teoría semántica de la verdad de Alfred Tarski o la sintaxis lógica de Rudolf Carnap, miembro principal del Círculo de Viena. Ténganse en cuenta los planteamientos de la filosofía de lo verdadero, organizada en torno a la Escuela de Oxford, encabezada por John Langshaw Austin y Peter Frederick Strawson. Desde la lingüística estructural, cf. J. J. Katz (1976) *La estructura de una teoría semántica*. México: Siglo XXI; o (1971) *Filosofía del lenguaje*. Barcelona: Martínez Roca.

¹⁶⁵ G. Steiner (1980) *op. cit.*, p. 230.

¹⁶⁶ *Ibidem*.

¹⁶⁷ Cf. F. Nietzsche (1994) *op. cit.*; R. Le Senne (1930) *Le mensonge et le caractère*. París: F. Alcan Publisher; y V. Jankélévitch (1943) *Du mensonge*. Lyon: Confluences. Como ha señalado George Steiner “el impulso irresistible de decir ‘lo que no es’ se encuentra en el núcleo mismo del lenguaje y del pensamiento.” G. Steiner (1980) *op. cit.*, p. 231.

creencia compartida (*doxa*), que como veremos en el capítulo VI está muy condicionada por los medios.¹⁶⁸ Por lo que el conocimiento de la realidad siempre es informe e impreciso y, en cierta medida, compartido y propio a la vez, o lo que es lo mismo, público y privado, como veremos a continuación. Cuando se habla de 'lenguaje privado' se hace referencia inevitablemente al análisis que da Wittgenstein de esta cuestión en *Las investigaciones filosóficas* (1953). Sin embargo, desde nuestra perspectiva, el lenguaje debe ser público, ya que la significación es un proceso y una consecuencia del intercambio y la reciprocidad entre dos o más hablantes.¹⁶⁹ Además, para que el lenguaje funcione debe haber personas desempeñando distintos papeles o roles. No obstante, tampoco podemos olvidar, como ha puesto de manifiesto George Steiner, que una parte esencial de todo lenguaje es privada:

“No hay dos seres humanos que compartan un contexto idéntico de asociaciones. Tal contexto diferirá de persona a persona porque reúne la totalidad de una existencia individual, porque engloba no sólo la suma de los recuerdos y las experiencias personales, sino también el fondo en que baña el subconsciente particular”.¹⁷⁰

En definitiva, por difusa y discutible que parezca la frontera que separa estas dos esferas, las tensiones entre la significación privada y pública son un rasgo esencial de todo discurso,¹⁷¹ y más del mediático. Esto evidencia que una definición completa o última del lenguaje es una tarea bien difícil ya que, como bien ha expresado Octavio Paz, “el lenguaje, en su realidad última, se nos escapa”.¹⁷² No obstante, la única premisa que tratamos de afirmar es que éste tiene un papel fundamental en la constitución del sujeto, punto de partida para nuestro desarrollo posterior sobre la narratividad, que trataremos en el capítulo IV.

Finalmente, el lenguaje es, a nuestro juicio, la realización de nuestra experiencia vital y, por ello, su puesta en palabras construye la realidad. Uno

¹⁶⁸ Cf. J. M. Valverde (1993) *op. cit.*

¹⁶⁹ G. Steiner (1980) *op. cit.*, p. 177. Cf. R. Rhes (1986) “Can There Be a Private Language?” en S. Shanker (ed.) *Ludwig Wittgenstein II*. Nueva York, NY: Routledge, pp. 249-260.

¹⁷⁰ G. Steiner (1980) *op. cit.*, p. 182.

¹⁷¹ G. Steiner (1980) *op. cit.*, p. 215.

¹⁷² O. Paz (1973) *op. cit.*, p. 31.

de los postulados básicos de la lingüística saussureana es la arbitrariedad innata del signo, es decir, la ausencia de continuidad entre concepto e imagen –si usamos la terminología de Peirce– o entre significado y significante –si usamos la de Saussure–. No obstante, para nosotros, lo esencial de la relación signo-realidad, más que su arbitrariedad, es su capacidad de acción transformadora. Dicho con otras palabras, es su facultad para modificar a los sujetos actores y los espacios y tiempos de su actividad comunicativa. Por ello, a pesar de que las palabras representen de forma metafórica el mundo y marquen el deseo del hombre por adquirir la significación última de éste, nunca podrán conquistarlo plenamente.

En palabras de Ernst Cassirer: “El nombre de un objeto no encierra pretensión sobre su naturaleza; no está destinado a ser $\varphi\upsilon\sigma\epsilon\iota\ \omicron\nu$, a ofrecernos la verdad de una cosa”.¹⁷³ Sin embargo, lo que sí que nos puede ofrecer esa verdad es su interpretación significativa, o sea, su capacidad de imprimir una huella en los sujetos y en el mundo. Y es que el lenguaje, más allá de representar estados del mundo, sirve “para transformar dichos estados, modificando al mismo tiempo a quien los produce y los comprende”.¹⁷⁴ En definitiva, las palabras no son meros signos, sino antes que nada símbolos “alusivos, sugerentes y polisémicos, *equivocos*”.¹⁷⁵ No son una mera envoltura eventual del pensamiento, por el contrario –como ha subrayado Cassirer– su órgano esencial. El signo “no sirve sólo para la comunicación de un contenido de pensamiento conclusamente dado, sino que es el instrumento en virtud del cual este mismo contenido se constituye y define completamente”.¹⁷⁶ Además, las palabras son, fundamentalmente, analógicas, metáforas que utilizamos en la vida cotidiana, como dirían George Lakoff y Mark Johnson,¹⁷⁷ que más que dar una visión completa de lo que es un sujeto en sí o una comunidad, expresan su multiplicidad de matices en construcción.

¹⁷³ E. Cassirer (1963) *op. cit.*, p. 202.

¹⁷⁴ P. Fabbri (1998) *El giro semiótico*. Barcelona: Gedisa, p. 48.

¹⁷⁵ A. Chillón (1999) *op. cit.*, p. 34

¹⁷⁶ E. Cassirer (1998) *op. cit.*, p. 27.

¹⁷⁷ Cf. G. Lakoff y M. Johnson (1995) *op. cit.*

3.4.3. La rehabilitación de la lingüística

Ya hemos visto con Gadamer que el estudio del lenguaje ha partido de una completa inconsciencia lingüística en la época griega –de la que habría que exceptuar, sin duda, la labor de los sofistas–, hasta llegar a una completa devaluación instrumentalista del lenguaje en la edad moderna. No obstante, la toma de conciencia impulsada por los llamados autores de la *triple-H theory*,¹⁷⁸ Hamann, Herder y Humboldt, supuso una verdadera transformación en la manera de entender el lenguaje, como ya hemos expresado. “Este proceso de concienciación que encierra al mismo tiempo una modificación del comportamiento lingüístico sería el que habría hecho posible dedicar una atención autónoma al ‘lenguaje’ como tal”.¹⁷⁹ Desde esta toma de conciencia, “el lenguaje da forma a la realidad y se halla sometido al influjo de la experiencia particular de los hombres”,¹⁸⁰ como dijo Johann Georg Hamann. A través de él, “aprendemos a pensar, aislamos y entrelazamos conceptos”,¹⁸¹ como expresó Johann Gottfried Herder. Y no será más un producto, sino una *energeia* si usamos los términos de Wilhem Von Humboldt.¹⁸² En definitiva, esta tradición pondrá de manifiesto como ha indicado José María Valverde, que “toda nuestra actividad mental es lenguaje, es decir, ha de estar en palabras o en busca de palabras”.¹⁸³

Pero además, el lenguaje es el medio universal por el cual alcanzar la comprensión, como ha subrayado Hans Georg Gadamer. De hecho, nuestra reflexión acerca de la lingüística parte de esta premisa: “El lenguaje es un centro en el que se reúnen el yo y el mundo, o mejor, en el que ambos aparecen en su unidad originaria”.¹⁸⁴ De modo que sin lenguaje, no hay ser, y sin ser, no hay mundo, ya que ambos se construyen únicamente donde el

¹⁷⁸ Ch. Taylor (1985) “Theories of Meaning” en *Human Agency and Language I*. Cambridge: Cambridge University Press, pp. 248-292.

¹⁷⁹ H.-G. Gadamer (2007) *op. cit.*, p. 485.

¹⁸⁰ J. G. Hamann, citado en G. Steiner (1980) *op. cit.*, p. 97.

¹⁸¹ J. G. Herder (1982) *Una metacrítica de la Crítica de la razón pura*. Madrid: Alfaguara, p. 373.

¹⁸² Humboldt “reconoce la esencia del lenguaje en la realización viva del hablar en la *energía* lingüística, rompiendo así con el dogmatismo de los gramáticos.” H.-G. Gadamer (2007) *op. cit.*, p. 531.

¹⁸³ J. M. Valverde (1993) *op. cit.*, p. 28.

¹⁸⁴ H.-G. Gadamer (2007) *op. cit.*, p. 567.

lenguaje puede garantizar la perceptiva del comprender. Así pues, la hermenéutica gadameriana realiza un giro radical ontológico al dar especial énfasis al ser-en-el-mundo.¹⁸⁵ Esta función universal de la lingüística, heredera del pensamiento de Wilhem Von Humboldt y, sobre todo, del de Wilhem Dilthey,¹⁸⁶ que la llamó primero ‘universalidad de la comprensión’, es el proceso capaz de abarcar la totalidad de la vida.¹⁸⁷ Y es que tal y como ha escrito Gadamer, el lenguaje crea “una determinada relación con el mundo y un determinado comportamiento hacia él”.¹⁸⁸ Por consiguiente, la lingüística es para Gadamer “tan totalmente inherente al pensar de las cosas que resulta una abstracción pensar el sistema de verdades como un sistema previo de posibilidades del ser”.¹⁸⁹ En este sentido, ni la palabra ni lo que accede al lenguaje mediante ella (la cosa) es algo dado con anterioridad o de forma independiente; por el contrario, es en su hacer conjunto donde palabra y ‘cosa’ reciben su propia determinación. Dicho de otro modo, esta relación fundamental entre lenguaje y mundo no significa que el ser o el mundo se hagan objeto en el lenguaje, sino que ambos adquieren su realidad en tanto proceso vital total, como podemos ver en este párrafo:

“La experiencia lingüística del mundo es ‘absoluta’. Va más allá de toda relatividad del ‘poner’ el ser, porque abarca todo ser en sí, se muestre en las relaciones

¹⁸⁵ Como ha señalado el investigador George Reyes: “Ser-en-el-mundo” se refiere al condicionamiento histórico del individuo, al estar instalado en un punto concreto del acontecer histórico, el cual se construye y reconstruye constantemente. Es este condicionamiento que induce al individuo a comprender la realidad desde una situación hermenéuticamente determinada por estar frente a ella y formando parte de la misma; de ahí que, entre otras cosas, sus precomprensiones sean siempre “leídas dentro” del proceso de comprensión. Es así como la hermenéutica filosófica deconstruye el objetivismo de la hermenéutica positivista.” G. Reyes (2006) “El giro hermenéutico contemporáneo.” *Teología y cultura*, 5, Buenos Aires.

¹⁸⁶ Aunque Gadamer no fuera discípulo de Dilthey, su propuesta está claramente influenciada por la psicología comprensiva del autor, que llegó a tener resonancias fuera de su propia escuela. Para profundizar véanse las obras de los discípulos de Dilthey: George Misch y Eduard Spranger.

¹⁸⁷ Esta totalidad es propuesta por Dilthey como la premisa central de su filosofía de la vida, según la cual el estudio del hombre ‘completo’ o ‘unitario’ debe abarcar una triple dimensión: cognitiva, afectiva y volitiva, superando la reducción cientifista que sólo se centraba en los aspectos cognitivos. En la búsqueda del conocimiento individual universalmente válido también se puede apreciar la influencia de Agustín. El movimiento de la vivencia se inicia en *Las confesiones*, como veremos más adelante, como un retorno hacia el pasado en la necesidad por reafirmar el presente.

¹⁸⁸ H.-G. Gadamer (2007) *op. cit.*, p. 531.

¹⁸⁹ H.-G. Gadamer (2007) *op. cit.*, pp. 500-501.

(relatividades) en que se muestre. La lingüisticidad de nuestra experiencia del mundo precede a todo cuanto puede ser reconocido e interpretado como ente”.¹⁹⁰

Esta reflexión nos permite ir aún más lejos: la lingüisticidad caracteriza en general toda nuestra experiencia del mundo.¹⁹¹ Y además, es el único horizonte¹⁹² de sentido posible en el que el objeto del conocimiento y sus enunciados se encuentran abarcados, y en el que pueden ser comprendidos e interpretados. Desde el Romanticismo ya no cabe pensar como si los conceptos de la interpretación acudiesen a la comprensión y se reconoce, por primera vez, la unidad interna entre *intelligere* y *explicare*.¹⁹³ Así, “la interpretación no es un acto complementario y posterior al de la comprensión, sino que comprender es siempre interpretar, y en consecuencia la interpretación es la forma explícita de la comprensión”.¹⁹⁴ Esta cuestión, sobre la que volveremos posteriormente, será fundamental para exponer la dialéctica comprensiva que nos ocupa. Como resultado se puede otorgar un lugar sistemático al concepto de interpretación y desprenderlo “del significado pedagógico-ocasional que tuvo en el siglo XVII”.¹⁹⁵ Nos encontramos aquí ante uno de los motivos centrales de la propuesta gadameriana: “*El lenguaje es el medio universal en el que se realiza la comprensión misma. La forma de realización de la comprensión es la interpretación*”.¹⁹⁶ Es importante señalar que la experiencia lingüística y la comprensión no se realizan en el ‘vacío’, sino que se dan en un marco dado por los horizontes de significación instalados culturalmente gracias a la tradición y, como detallaremos en el capítulo VI, está se encuentra muy influido por la comunicación mediática. Mas ¿cuál es el rol del lenguaje en la

¹⁹⁰ H.-G. Gadamer (2007) *op. cit.*, p. 539.

¹⁹¹ H.-G. Gadamer (2007) *op. cit.*, p. 547.

¹⁹² El concepto y el fenómeno de *horizonte* posee un significado fundamental para la investigación fenomenológica de Husserl. El autor, como ha remarcado Gadamer, intenta acoger el paso de toda intencionalidad limitada de la referencia a la continuidad básica del todo. “Un horizonte no es una frontera rígida sino algo que se desplaza con uno y que invita a seguir entrando en él.” H.-G. Gadamer (2007) *op. cit.*, p. 309. Esta es la raíz del conocido concepto gadameriano que expondremos en el capítulo IV.

¹⁹³ H.-G. Gadamer (2007) *op. cit.*, p. 379.

¹⁹⁴ H.-G. Gadamer (2007) *op. cit.*, p. 378. Como ha expresado el hermeneuta, “el fenómeno de la comprensión no sólo atraviesa todas las referencias humanas del mundo sino que también tiene validez propia dentro de la ciencia.” H.-G. Gadamer (2007) *op. cit.*, p. 23.

¹⁹⁵ H.-G. Gadamer (2007) *op. cit.*, p. 467.

¹⁹⁶ *Ibidem*.

configuración de la yoidad? No se trata de una pregunta fácil, y tendremos que consagrar a su respuesta el próximo apartado.

3.4.4. Papel del lenguaje en la constitución del sujeto

Al profundizar así particularmente en las premisas ontológicas y epistemológicas del giro lingüístico, hemos llegado a percibir que la concepción instrumentalista del lenguaje no presenta más que limitaciones. De este modo, el lenguaje constituye, para nosotros, la forma primaria del ser en el mundo, como diría el filósofo alemán Martin Heidegger,¹⁹⁷ ya que es la propia naturaleza del ser humano. A la luz de estas premisas, la clásica tesis aristotélica-escolástica *individuum est ineffabile*, según la cual lo individual no puede ser comunicable, carece de validez. Si bien podríamos decir que “somos un signo indescifrado” recordando uno de los versos de Hölderlin, en ningún caso afirmaremos que éste signo sea indescifrable. Éste es nuestro punto de partida: el material simbólico elemental, gracias al cual los individuos pueden construirse para sí y para los *otros* en la interacción social, es lingüístico. Ahora bien, no podemos olvidar que las capacidades expresivas del ser humano van más allá de la palabra. Así, lo oral, lo insinuativo, lo elusivo o lo ético son también fundamentales en el intercambio humano, hecho que evidencia la necesidad de prestar atención a todas las expresividades. De la misma manera que el ser humano se diferencia del animal por su capacidad simbólica, como ya observamos en el capítulo I, hemos de anotar aquí, que el lenguaje, como forma simbólica por excelencia, es otra de las características esenciales que caracterizan la humanidad. Así éste será, por tanto, entendido como la capacidad simbólica de expresar y experimentar, no sólo la objetividad del mundo de la vida, en un sentido husserliano, sino también la subjetividad del ser. Más allá de ser racional o social, desde un punto de vista hermenéutico, el ser humano es socio-histórico o cultural y depende de los horizontes de significación y de los marcos de referencia en los que se inserta. A este respecto es preciso

¹⁹⁷ Cf. M. Heidegger (2009) *op. cit.*

proponer una nueva ontología de lo social, entendida como construcción comunicativa e intersubjetiva.

Naturalmente el lenguaje en su dimensión socio-histórica es clave en el surgimiento de la hermenéutica moderna y se encuentra muy vinculado a la experiencia, propiamente dicha. Y es que el intercambio lingüístico-comunicativo es, desde esta perspectiva, un proceso vital que sólo adquiere consistencia en la realización del mutuo entendimiento. El hermeneuta que más ha profundizado en el conocimiento de la persona subjetiva, partiendo del lenguaje, y que se ha centrado mejor en el estudio del proceso de comprensión es, sin duda, Wilhem Dilthey. Para él la comprensión, que adopta una dimensión casi trascendental es el “proceso por el cual conocemos un interior a partir de unos signos dados sensiblemente desde fuera”,¹⁹⁸ de manera lingüística. Las aportaciones de este autor son de suma importancia para esclarecer nuestro objeto y se relacionan directamente con la dialéctica que estudiamos. De hecho, el único modo de alcanzar la verdadera comprensión del sí, en tanto sustancia interior¹⁹⁹ subjetiva, es mediante la reconstrucción de la energía vital manifestada en el mundo exterior y presentada como signo. Para Dilthey no existe un encuentro inmediato entre dos o más individualidades, pues estas se construyen de manera “completa, exhaustiva y objetivamente comprensible”²⁰⁰ siempre, en el medio de articulaciones simbólicas, principalmente lingüísticas, a las que habría que añadir articulaciones mediáticas. Gracias a las mediaciones del lenguaje, como forma de expresión o condición previa,²⁰¹ el flujo de las manifestaciones vitales puede medirse o identificarse. Ahora bien, el sujeto sólo puede individualizarse, como tal, en el encuentro con los *otros* o consigo mismo mediante algún tipo de objetivación simbólica. Recordemos que Dilthey recoge la propuesta de Friedrich Schleiermacher de extender la ciencia interpretativa más allá de los textos propiamente dichos, y propone

¹⁹⁸ W. Dilthey (2000) “El surgimiento de la hermenéutica” en *Dos escritos sobre hermenéutica*. Madrid: Istmo, p. 27.

¹⁹⁹ El interior no es propuesto aquí como una entidad psíquica, sino como una unidad de significado y sentido.

²⁰⁰ W. Dilthey (2000) “art. cit.”, p. 31.

²⁰¹ Cf. K. J. Gergen (1996) *op. cit.*; y (1999) *An Invitation to Social Construction*. Londres: Sage; y D. Edwards y J. Potter (1992) *Discursive Psychology*. Londres: Sage.

una hermenéutica de la facticidad, que incluya todas las manifestaciones vitales, tales como la conversación diaria o el trato con los *otros*.²⁰² El hermeneuta romántico trata de comprender más allá de la literalidad de las palabras y su sentido objetivo, la individualidad del hablante o del autor,²⁰³ introduciendo así la dimensión psicológica en la comprensión hermenéutica. En definitiva, lo interior humano, en tanto, individualidad subjetiva, tan sólo puede hallar su exterioridad objetiva en el lenguaje como expresión articulada y comprensible.

No obstante el verdadero giro ontológico no será articulado hasta Hans Georg Gadamer, seis décadas más tarde, cuando el *yo* y el mundo aparezcan unidos en la ya citada lingüisticidad universal. “El giro del hacer de la cosa misma, del acceso del sentido al lenguaje, apunta a una estructura universal-ontológica, a la constitución fundamental de todo aquello hacia lo que puede volverse la comprensión”.²⁰⁴ Esta propuesta que sintetizará con su conocida frase “el ser que puede ser conocido es lenguaje”,²⁰⁵ no es más que una evidencia del alcance de la toma lingüística en esta época. Como desarrollará en su obra cumbre: “No hay habla que no involucre simultáneamente al que habla y a su interlocutor”.²⁰⁶ Esta teoría puede aplicarse al estudio de los imaginarios y la comunicación mediática. El *diálogo vivo*, como ya expusiera Humboldt, es configurado así como el motor del lenguaje, y se convierte en uno de sus elementos esenciales del pensamiento hermenéutico. Como han expresado Reinhart Koselleck y Hans Georg Gadamer en *Historia y hermenéutica*, el lenguaje pertenece al diálogo (*Gespräch*) y sólo es lo que es, si porta tentativas de entendimiento (*Vertändigungsversuche*) o, lo que es lo mismo, si conduce al intercambio comunicativo.²⁰⁷ Dicho de otro modo, el diálogo es la parte constitutiva de todo encuentro interpersonal intersubjetivo, en un sentido fenomenológico, y la base de todo comportamiento significativo, como diría posteriormente Lotman, en un sentido semiótico. Centrado en la dinámica hegeliana de

²⁰² Cf. F. Schleiermacher (1999) *Los discursos sobre hermenéutica*. Pamplona: UNAV.

²⁰³ H.-G. Gadamer (2007) *op. cit.*, p. 239.

²⁰⁴ H.-G. Gadamer (2007) *op. cit.*, p. 567.

²⁰⁵ H.-G. Gadamer (2007) *op. cit.*, p. 567.

²⁰⁶ H.-G. Gadamer (2007) *op. cit.*, p. 477.

²⁰⁷ R. Koselleck y H.-G. Gadamer (1997) *op. cit.*, p. 116.

pregunta-respuesta, el intercambio verdadero de ideas y sensaciones es, para nosotros, el centro de la actividad lingüística. Podríamos afirmar que la acción y la reacción son la parte constitutiva de toda situación comunicativa. Y es que, como ya hemos sugerido, la puesta en acción del lenguaje es su praxis existencial. Éste es el motivo por el que el *yo* y el *tú* se construirán e identificarán, por tanto, de forma lingüística y eminentemente 'dialógica', si utilizamos la acepción de Mijail Bajtín. A los ojos del teórico ruso, las diversas esferas de la vida cotidiana y de la actividad humana en general están relacionadas con el uso de la lengua, es decir, con la puesta en palabras²⁰⁸ de los individuos. Estos enunciados reflejarán así las condiciones específicas en las que se encuentran los sujetos y se acomodarán a las circunstancias en las que estos participen. De manera que el lenguaje forma parte de la vida a través de los enunciados, y la vida, a su vez, habita estos. No hay primacías, sino una relación necesaria y dialéctica entre ambos, por tanto.²⁰⁹ En definitiva, como ha sintetizado bien Albert Chillón, la comprensión de actos y vivencias es imposible si no se inspira y apoya en el diálogo que el sujeto entabla con sus semejantes.²¹⁰

Sin adentrarnos en la problemática relacionada con su origen, ya que se alejaría de nuestro objeto, podríamos considerar el lenguaje como una condición innata²¹¹ e inherente de carácter heurístico, mediante la cual los individuos sacan a la luz o pueden desvelar su propio *yo*. Como menciona el intelectual francés George Steiner: "Hablar, bien a uno mismo o a otro, es –en el sentido más riguroso y desnudo de esta insondable banalidad– inventar, reinventar, el ser y el mundo".²¹² Así, el lenguaje crea por virtud de la nominación y la calificación, por medio de la predicación y del recuerdo elegido la humanidad del hombre. Y es que para Steiner esta capacidad innata para decirlo y no decirlo todo, para construir y deconstruir el espacio y el tiempo hace hombre al hombre.²¹³ De hecho, por medio del discurso

²⁰⁸ M. Bajtín (1982) *Estética de la creación verbal*. Madrid: Siglo XXI, p. 248.

²⁰⁹ M. Bajtín (1982) *op. cit.*, p. 270.

²¹⁰ A. Chillón (2007) "Hacer los hechos." *Ars Brevis*, 13, Barcelona, p. 41.

²¹¹ Aquí hacemos alusión a la propuesta innatista de N. Chomsky (1985) *El conocimiento del lenguaje*. Madrid: Alianza; y (1977) *El lenguaje y el entendimiento*. Barcelona: Seix Barral.

²¹² G. Steiner (1989) *Presencias reales*. Barcelona: Destino, p. 78.

²¹³ G. Steiner (1989) *op. cit.*, p. 79.

hacemos realidad y otorgamos sentido a nuestras vidas cotidianas. Recordemos que lo más esencial del gesto semiótico, precisamente, por ampliar nuestra perspectiva, como diría Paolo Fabri, es estudiar los recorridos de sentido a través de las sustancias de expresión.²¹⁴ De la misma manera será preciso analizar las narrativas mediáticas para hallar las huellas de la realidad cotidiana.

Tal y como ha expresado el psicólogo social Lupicinio Íñiguez, “nuestras concepciones del mundo no tienen su origen en la realidad objetiva; sino en las variadas interacciones que las personas realizamos cada día, así como en las que mantuvieron quienes nos antecedieron en el tiempo”.²¹⁵ De esta manera, las estructuras de comprensión social, o el ‘acervo del conocimiento a mano’, como diría Schütz, es preexistente. Pero es durante el desarrollo de nuestra capacidad lingüística, y por medio de ella, cuando las adquirimos propiamente.²¹⁶ El carácter performativo del lenguaje, para nosotros, va más allá de su acción lingüística y se convierte en una forma de Poder, como ha expresado Judith Butler. El concepto de performatividad, acuñado por John Austin en su conocida obra de 1962, *Cómo hacer cosas con palabras*, ya subrayaba la capacidad creadora y constructiva de los actos performativos.²¹⁷ De hecho, el discurso no sólo es capaz de transformar la realidad, sino que la construye y la hace ser. De la misma manera, el sujeto es producido en tanto participa en estas *performances*, como indicaría Butler.²¹⁸ Aquí podemos encontrar otro de los fundamentos de la dialéctica general propuesta: el discurso construye al sujeto y éste construye el discurso. Tampoco podemos ignorar que el sujeto se hace y deshace mediante su discurso en el intercambio de material simbólico lingüístico.

Desde el interaccionismo simbólico y la hermenéutica, como ya hemos señalado, los símbolos aparecen como artefactos o materiales lingüísticos

²¹⁴ P. Fabbri (1998) *op. cit.*, p. 15.

²¹⁵ L. Íñiguez (2003) “La psicología social en la encrucijada post-construccionista.” Conferencia de apertura del XII Encuentro Nacional da ABRAPSO, Universidad Católica Pontificia de Rio Grande do Sur, Porto Alegre.

²¹⁶ L. Íñiguez (2003) “art. cit.”

²¹⁷ Cf. J. L. Austin (1971) *op. cit.*

²¹⁸ J. Butler (2007) *op. cit.*

primarios, es decir, como elementos fundamentales en la comprensión de los fenómenos de interacción e interpretación. Pero, para nosotros, como ya vimos, los símbolos son mucho más que eso. Como ha expresado Julia Kristeva, el símbolo es una categoría absoluta que plantea estructuras semánticas –significado-sentido e interpretación– de valor universal que prima sobre cualquier otro símbolo. En sus palabras: “Se puede afirmar que los signos lingüísticos son el ‘origen’ de cualquier símbolo: que el primer acto es la simbolización en y mediante el lenguaje”.²¹⁹ Dicho de otro modo, el lenguaje es esencial para la comprensión del acto simbólico y del encuentro social en la praxis comunicativa. En definitiva, el hecho fundamental de todo discurso es que está destinado a ser escuchado por otros y siempre será escenificado delante de una audiencia. Y es que al fenómeno hermenéutico le subyace una verdadera primacía del oír. En opinión de Gadamer:

“El sentido de la experiencia hermenéutica reside más bien en que, frente a todas las formas de experiencia del mundo, el lenguaje pone al descubierto una dimensión completamente nueva, una dimensión de profundidad desde la que la tradición alcanza a los que viven el presente”.²²⁰

Precisamente, es aquí donde se puede observar la esencia del oír: “Incluso antes de la escritura, el oyente está capacitado para escuchar la leyenda, el mito, la verdad de los mayores”.²²¹ Pero también las narrativas mediáticas identitarias y el discurso mediático, en general, pretenden ser oídos, es decir, se dirigen a alguien. En la obra del filósofo canadiense Charles Taylor, *Fuentes del yo*, se puede encontrar esta premisa también: el lenguaje o los ámbitos de pensamiento y acción de tipo simbólico representan la cualidad esencial para definirnos como seres humanos, ya que “no seremos plenamente seres humanos hasta que no estemos capacitados para decir qué es lo que nos mueve, alrededor de qué construimos nuestra vida”.²²² Pero no sólo tenemos que estar preparados para expresar quiénes somos a nosotros

²¹⁹ J. Kristeva (1987) *El lenguaje, ese desconocido*. Madrid: Fundamentos, p. 20.

²²⁰ H.-G. Gadamer (2007) *op. cit.*, p. 554.

²²¹ *Ibíd.*

²²² Ch. Taylor (1996) *op. cit.*, p. 108.

mismos, sino que tenemos que poder relatarlo a los demás. La noción de yoidad definida o narrada sería así para el autor: “Lo que soy como un yo, mi identidad, está esencialmente definida por la manera en que las cosas son significativas para mí, el asunto de mi identidad se elabora sólo mediante un lenguaje de interpretación que he aceptado como válido”.²²³ Puesto que somos incapaces de vivir en aislamiento, la condición humana es eminentemente social y el lenguaje es básicamente colectivo, como ya expresamos al principio. De hecho, esta matriz significativa fundamental sólo funciona cuando varios individuos se encuentran. Un autor que ha expresado el alcance del lenguaje en la interacción social es el ya citado psicólogo social, George H. Mead, para quien la transformación del individuo biológico en persona con espíritu se da gracias a la intervención del lenguaje.²²⁴ Recordemos que para el investigador, “el espíritu es la presencia de símbolos significantes en la conducta. Es la subjetivización, dentro del individuo, del proceso social de comunicación en que surge el significado”.²²⁵ La propia mediación del lenguaje es la que hace posible la aparición de la persona o del sujeto en la acción-interacción social. Además, el lenguaje es “un principio de la organización social”²²⁶ y gracias a él se llevan a cabo “las actividades cooperativas de una comunidad”.²²⁷ Esta concepción que es, sin duda, heredera del enfoque pragmatista que entiende el lenguaje en su faceta extralingüística, es decir, en su uso propiamente dicho. Es quizás la que se aproxima más a nuestro objeto. Esto se debe a que en la utilización de signos están implicados no sólo fenómenos lingüísticos, sino también, como dijera Marcela Bertucelli, procesos psicológicos, sociales y biológicos, fundamentales para las identificaciones.²²⁸ Estos se producen en relación a los conceptos clave de la pragmática como los interlocutores, la situación, el contexto, la situación o el conocimiento compartido. De este modo, la cuestión no se reduce a entender las palabras, como veremos, sino a

²²³ Ch. Taylor (1996) *op. cit.*, p. 61.

²²⁴ G. H. Mead (1982) *op. cit.*, p. 33.

²²⁵ G. H. Mead (1982) *op. cit.*, p. 35.

²²⁶ G. H. Mead (1982) *op. cit.*, p. 227.

²²⁷ G. H. Mead (1982) *op. cit.*, p. 190.

²²⁸ M. Bertucelli (1996) *Qué es la pragmática*. Barcelona: Paidós, p. 33.

comprender todas las formas de expresión utilizadas y los contextos o situaciones en las que estas se producen, reproducen y performan.

3.4.5. Los aportes de la pragmática

En relación con la temática de este estudio, aunque sea de forma muy esquemática, es conveniente destacar la importancia del uso del lenguaje, propiamente dicho, es decir, del alcance de la lingüística en la praxis cotidiana. Pero ¿por qué es tan relevante el lenguaje en las relaciones intersubjetivas y en la configuración de las identificaciones? La significación y el acto de habla son dos procesos clave para la determinación de la puesta en escena del *yo*, el *nosotros* y el *ellos*. Es importante expresar que toda acción comunicativa es eminentemente social en tanto supone el reconocimiento de una serie de reglas por parte de una serie de participantes, que mediante los enunciados confieren *sentido* a las situaciones de interlocución. Las nuevas propuestas de los filósofos del lenguaje, que veremos a continuación, se encuentran vinculadas al uso y a los efectos prácticos de los enunciados. Esta pragmática es relacional y situacional, y se opone a cualquier clase de idealismo o esencialismo en la concepción del significado, de manera que todo discurso es acción, y toda acción es discursiva, como veremos a continuación. Aunque hablemos de discurso en general, es evidente que el discurso mediático puede incluirse en esta propuesta.

Partimos de la premisa de que todo lenguaje está siempre relacionado con el discurso y con su cotexto, contexto y circunstancia de producción,²²⁹ es decir, con el ‘mundo de la vida’ (Schütz), ‘marco de referencia’ (Goffman) o ‘universo simbólico’ (Berger y Luckmann) desde el que emerge y en el cual el destinatario o lector participante experimenta las situaciones de interacción. Así, nuestra propuesta abandona el terreno de la metafísica para centrarse en el uso cotidiano del lenguaje y en la construcción de los sentidos creados en la recepción.²³⁰ Recordemos que “la pragmática comienza como un intento de

²²⁹ J. Bruner (1984) *Acción, pensamiento y lenguaje*. Madrid: Alianza, p. 178.

²³⁰ La Poética de la Recepción vindica la relevancia del destinatario en la construcción del significado. Hemos profundizado sobre esta cuestión en el capítulo IV.

encontrar el sentido de la conducta lingüística”,²³¹ tal como ha puntualizado Graciela Reyes. A este tenor es preciso matizar, como ha expresado Chillón, que el concepto de sentido aporta una serie de matices que lo diferencian del de significado, concepto heredero del estructuralismo. Mientras que el signo es convencional, fijo, verificable y cuantificable, el sentido es dinámico, complejo y versátil, y sobre todo desborda cualquier intento de contabilidad.²³² Pero además, el estudio del sentido permite apreciar el “dinamismo semántico donde confluyen y entran en diálogo las intenciones y expectativas de los agentes comunicativos”.²³³ De hecho, las aportaciones de John L. Austin o las de John Searle han evidenciado la importancia de la connotación en la construcción del sentido de los actos comunicativos.²³⁴ Al no ser el sentido prefijado o convencional, sino construido o adquirido, éste se consolida en función de las circunstancias de la enunciación y del acervo de conocimiento de los participantes. Así, las diferentes condiciones espacio-temporales de los hablantes, sus prejuicios o creencias adquiridas culturalmente y mediáticamente, sus emociones personales o grupales y otros muchos factores bien conocidos son, definitivamente, los materiales que pueden conformar la experiencia cognoscible del acto de enunciación.

En la cosmovisión social es esencial el papel del contexto para interpretar las claves de lo propuesto. Es más, la dialéctica estudiada carece de sentido si se la separa de éste. Entendemos esta noción tal como Teun Van Dijk la define en *La ciencia del texto*: “El contexto es una abstracción de aquello que intuitivamente llamaríamos ‘situación comunicativa’”.²³⁵ Para nosotros, la situación contextual se centrará, principalmente, en la referida al acto mismo de habla tanto como a las circunstancias extratextuales propias de los interlocutores. Nos centraremos, por tanto, en el contexto lingüístico, es decir, aquel –siguiendo la aportación de Graciela Reyes– “conjunto de conocimientos y creencias compartidos por los interlocutores de un

²³¹ G. Reyes (1990) *La pragmática lingüística*. Barcelona: Montesinos, p. 15.

²³² A. Chillón (1999) *op. cit.*, p. 32.

²³³ A. Chillón (1999) *op. cit.*, p. 31.

²³⁴ Cf. G. Leech (1983) *Principles of Pragmatics*. Londres: Longman; S. C. Levinson (1983) *Pragmatics*. Cambridge: University Press; S. Schmidt (1977) *Teoría del texto*. Madrid: Cátedra.

²³⁵ T. A. van Dijk (1978) *La ciencia del texto*. Barcelona: Paidós, p. 81.

intercambio verbal y que son pertinentes para producir e interpretar sus enunciados”.²³⁶ El intercambio comunicativo es aquí entendido como un proyecto cooperativo, en el sentido desarrollado por Paul Grice, que transita entre el individuo y la sociedad. Para el investigador británico existen una serie de principios ‘aceptados’ por cuantos participan en una conversación gracias a los cuales el acto comunicativo es efectivo:

“Nuestros intercambios comunicativos no consisten normalmente en una sucesión de observaciones inconexas, y no sería racional si lo fueran. Por el contrario, son característicamente –al menos, en cierta medida– esfuerzos de cooperación; y cada participante reconoce en ellos, de algún modo, un propósito o conjunto de propósitos comunes o, al menos, una dirección aceptada por todos”.²³⁷

El principio de cooperación aparece como una forma de preparación necesaria para que la comunicación sea efectiva, pero también como una forma de proyección, ya que los intercambios comunicativos siempre tienden a un fin. Recordemos que el filósofo británico marca un importante avance en los estudios tradicionales sobre teoría del significado, al relacionar este último con la intención concreta que los interlocutores otorgan a los enunciados, como veremos más adelante. Antes de Grice, los estudios sobre el lenguaje estaban muy centrados en concepciones formalistas, y no fue hasta los años 50, sobre todo con las aportaciones de Wittgenstein y las posteriores de John L. Austin o John Searle, cuando se comienza a estudiar el lenguaje en su uso cotidiano.

En su obra póstuma, *Cómo hacer cosas con palabras*, John L. Austin pone de manifiesto el vínculo necesario entre los aspectos prácticos de la vida humana y el lenguaje ordinario, fundamento principal de la moderna pragmática. Para él, las palabras que empleamos a diario son herramientas

²³⁶ G. Reyes (1990) *op. cit.*, p. 19. Recordemos que según Reyes, hay tres tipos de contexto: el lingüístico, aquél que precede y sigue a un enunciado; el situacional, aquél que se encuentran en el entorno físico inmediato y, por último, el sociocultural, aquél que configura datos que proceden de condicionamientos sociales y culturales y se adecua a las diferentes circunstancias. Desde nuestra perspectiva, estos tres contextos son de gran relevancia para comprender la situación comunicativa.

²³⁷ P. Grice, citado en M. V. Escandell Vidal (1996) *Introducción a la pragmática*. Barcelona: Ariel, p. 80. Cf. P. Grice (1975) “Logic and Conversation” en P. Cole y J. L. Morgan (eds.) *Syntax and Semantics III*. Nueva York, NY: Academic Press, p. 45.

clave para poder realizar múltiples tareas²³⁸ que no sólo dicen, describen o constatan sino que también hacen y realizan o, lo que es lo mismo, están vinculadas a la acción y a la identificación de los sujetos y los grupos. Cuando alguien dice algo –sugiere el investigador–, se producen tres tipos de actos simultáneos: el acto de decirlo o de emisión (locucionario); el acto que se realiza al decirlo (ilocucionario); y el acto que llevamos a cabo por decirlo (perlocucionario), que se refiere a los efectos producidos. Esta distinción tricotómica permite cuestionar las relaciones entre los enunciados y las acciones. De hecho, de esta teoría se puede desprender que el lenguaje no sólo es meramente descriptivo, y sus enunciados, más que ser verdaderos o falsos, tienen unas consecuencias en la experiencia.²³⁹ Unos años más tarde, John Searle en *Actos de habla* desarrolla de manera sistemática las intuiciones de Austin y propone una teoría general de la acción donde el lenguaje y el habla, propiamente dicha, emergen como una forma de conducta. Para el investigador, toda actividad lingüística es convencional: “Hablar un lenguaje es tomar parte de una forma de conducta (altamente compleja) gobernada por reglas”.²⁴⁰ Desde su perspectiva los actos de habla, entendidos como realizaciones del lenguaje, son tres: actos de emisión, emitir palabras u oraciones; actos proposicionales, tales como referir o predicar; y actos ilocucionarios como mandar o prometer. Ambas propuestas ponen de manifiesto el alcance de la lingüisticidad en la vida cotidiana, y remarcan que todos los actos de habla se rigen por normas y tienden a un fin, que es necesario interpretar por parte de los interlocutores.

3.4.5.1. De la acción a la intención

Como es bien conocido, la pragmática se ha centrado en el estudio de cómo se produce el significado intencional (sentido, al fin y al cabo) y en cómo es comprendido éste en una situación comunicativa. A continuación trataremos de exponer sumariamente cómo la intención se encuentra presente tanto en

²³⁸ J. L. Austin (1971) *op. cit.*, pp. 52-56.

²³⁹ Años más tarde se desarrollaron ideas similares en Francia. Cf. E. Benveniste (1997) *Problemas de lingüística general*. Madrid: Siglo XXI.

²⁴⁰ J. Searle (2001) *Actos de habla*. Madrid: Cátedra, p. 22.

la narrativa mediática como en los procesos de identificación. Valga mencionar que la noción de intención debe entenderse como una práctica efectiva o una actitud voluntaria y consciente de los interlocutores. Como ha señalado M^a Victoria Escandell: “La intención funciona como un principio regulador de la conducta en el sentido de que conduce al hablante a utilizar los medios que considere más idóneos para alcanzar sus fines”.²⁴¹ Si bien la noción de intención es básica desde la perspectiva de los actos de habla formulados por J. L. Austin y J. Searle; no es hasta Grice cuando podemos hallar una propuesta sistemática. El filósofo británico hace hincapié en los aspectos intencionales de todo acto conversacional y propone un análisis de la lógica que rige y actúa en una conversación. Según él, existen tres clases de significado: el *word meaning* o el significado semántico de las palabras; el *utterance meaning*, es decir, el de los enunciados en su contexto inmediato; y el *speaker meaning* o intencional adquirido en el intercambio conversacional entre hablantes.²⁴² Como ha señalado Anita Avramides, la comunicación griceana se basa en las expectativas del hablante de que su interlocutor pueda descubrir sus propósitos, así “la comunicación incluye tanto las intenciones del hablante como el reconocimiento del oyente de las intenciones del hablante”.²⁴³ Y es que la intención, como ya hemos anunciado tiene un papel esencial en la explicación de la conducta comunicativa humana y en la dialéctica que estudiamos. Tal y como han expresado los psicólogos del lenguaje Mercedes Belinchón, Ángel Rivière y José Manuel Igoa, el lenguaje podría ser interpretado como:

“Un instrumento de representación de la realidad y de comunicación interpersonal que remite a una realidad distinta a la suya propia y cuya descripción se apoya en la utilización de atribuciones psicológicas o predicados mentales relativos a las ideas, las creencias, los deseos o las expectativas de los sujetos que producen o comprenden los mensajes lingüísticos”.²⁴⁴

²⁴¹ M. V. Escandell Vidal (1996) *op. cit.*

²⁴² P. Grice (1968) “Utterer’s Meaning, Sentence Meaning and Wordmeaning” en S. Davis (ed.) (1991) *Pragmatics: A Reader*. Nueva York, NY: Oxford University Press, pp. 65-76.

²⁴³ A. Avramides (1989) *Meaning and Mind*. Cambridge, MA: MIT Press, p. 17. (T. d. A.).

²⁴⁴ Cf. M. Belinchón *et al.* (1992) *Psicología del lenguaje. Investigación y teoría*. Madrid: Trotta, p. 83; D. Davidson (1982) *Essays on Actions and Events*. Oxford: Clarendon Press; E.

Como bien es sabido en la conversación cara a cara, toda acción se encuentra dirigida hacia una respuesta. De la misma manera, todo enunciado será, incluso aunque sea mediatizado, continuamente conformado por y para *otro*. Dicho con otras palabras, toda interlocución tiende hacia la búsqueda de una reacción. Por ello, tampoco podemos olvidar que en la búsqueda del sentido sobre lo dicho, la ambigüedad y la imprecisión tienen un rol esencial y se constituyen como una parte esencial de la comunicación humana, de modo que el análisis de las intenciones y las motivaciones²⁴⁵ es esencial para delimitar los efectos de los actos de enunciación. Y es que los enunciados que producimos tienden a modificar la situación comunicativa. Los actos de habla en su potencialidad realizativa no sólo cambiarán el mundo del destinatario e incluso su conducta, sino la del propio emisor.

De esta panorámica sobre la lingüisticidad y su incidencia en la yoidad, podemos concluir que el sujeto se va entretejiendo a través de la realización viva del hablar. Y como hemos anotado, decir es mucho más que producir sonidos articulados o significantes concretos, hablar es hacer, realizar, actuar e identificar una serie de elementos propios que constituyen la propia yoidad. Para ello es necesario utilizar medios simbólicos capaces de dar forma a la expresión y sentido a la comprensión de uno mismo, de los *otros* y del mundo que nos rodea. Así, los individuos construyen universos significativos, que forman parte de un sistema de mediaciones y que permiten el reconocimiento intersubjetivo de cada individuo o grupo. Una de las pruebas más decisivas es, a nuestro juicio, que a través del lenguaje como vivencia del tiempo y del cuerpo, el *yo* se construye de forma discursiva e interactiva. El acontecimiento, por tanto, no sería únicamente que alguien tome la palabra y se dirija a un interlocutor en el *fluir dialógico*, sino la necesidad que tiene este alguien de comprenderse asimismo *en* el lenguaje hacia el sí y hacia los *otros*. Como acertadamente señala Charles Taylor el *yo* sólo existe dentro de lo que él denomina 'urdimbre de interlocución', como ya

Anscombe (1991) *Intención*. Barcelona: Paidós; y D. C. Dennett (1991) *La actitud intencional*. Barcelona: Gedisa. Sobre el concepto de intención comunicativa, cf. P. F. Strawson (1964) "Intention and Convention in Speech Acts" en S. Davis (1991) *op. cit.*, pp. 290-301.

²⁴⁵ Para profundizar en los motivos, cf. P. Brown y S. C. Levinson (1987) *Politeness*. Cambridge: Cambridge University Press.

anunciamos. Ésta sería la representación más clara del *yo* reflexivo como instancia de autocomprensión, que precisa de interlocutores para desarrollar su crónica personal, como veremos en el capítulo IV. Y es que el lenguaje siempre contiene al *tú*, oyente al que se dirige el *yo*. Desde esta perspectiva todo *tú* es un *álter ego*, es decir, es comprendido desde el *ego*.²⁴⁶ Husserl ya intentó ilustrar la analogía del *yo-tú* por el camino de la intersubjetividad y Dilthey refirió esta relación mediante el concepto de ‘empatía’. Todo discurso, como ya expresamos anteriormente se dirige a alguien y provoca una serie de efectos en el que escucha. De ahí la incidencia de la lingüística en la conformación de la subjetividad propia y ajena. Aunque la comprensión del *yo* y del *otro* esté muy relacionada con la propia acción o experiencia en el lenguaje, es decir, con el discurso, no siempre se da una relación equivalente entre ambos. Y es que a pesar de que el concepto de ‘sí mismo’ (*self*) y el discurso formulado por el *yo* se encuentran íntimamente ligados, no son siempre idénticos y serían más bien análogos. De hecho, en ningún momento somos completamente nosotros mismos o la misma persona idéntica. Esto se debe a que nos insertamos en diferentes espacio-tiempos y adoptamos diversos roles. Gracias a las diferentes narraciones, nunca se da una equivalencia total, sino más bien una serie de identificaciones diversas, individuales o colectivas, conscientes o inconscientes, pasadas o futuras, que se adaptan a la situación y a los esquemas o tramas compartidas.

3.5. RECAPITULACIÓN

A partir de las teorías estudiadas, parece una consecuencia razonable que el uso de marcos o *frames*, la teatralidad, la ritualidad y el lenguaje reducen la inherente complejidad del mundo social y facilitan la comprensión de la vida cotidiana. Creemos que resulta evidente que toda sociedad o cultura establece unos marcos comprensivos (sean llamados marcos de referencia, acervos del conocimiento, universos simbólicos) gracias a los cuales, los sujetos y los grupos pueden organizar el mundo y otorgarle significaciones.

²⁴⁶ H.-G. Gadamer (2007) *op. cit.*, p. 314.

Además, estos marcos ofrecen un elenco de categorías sociales o roles que pueden ser aprehendidos y que tienen una importancia crucial a nivel estructural, interaccional y perceptivo en los procesos de identificación. Es más, estos roles generan una serie de expectativas de comportamiento social asociadas por lo que guían, en gran medida, las formas de actuación o relación. Ahora bien, no nos parece que las identificaciones deban ser definidas exclusivamente en términos de roles o categorías dadas, puesto que dependen también de los contextos en que los sujetos y los grupos se insertan. Los procesos de identificación, por tanto, se encuentran en un terreno intermedio entre la estabilidad, la repetición o la simplificación y la pluralidad y la multivalencia. De acuerdo con esta perspectiva, el lenguaje es fundamental para comprender la manera en que los sujetos y los grupos se hacen significativos para los *otros*. No nos cabe la menor duda de que la lingüisticidad es la base de nuestra experiencia en el mundo y el medio gracias al cual los sujetos piensan, sienten, actúan y se relacionan en él. Únicamente en el intercambio comunicativo, en el encuentro dialógico con el *otro*, el sujeto puede construirse como tal. O lo que es lo mismo, solo en la dialéctica de la pregunta-respuesta es posible desentrañar la cuestión del *yo*, el *nosotros* y el *ellos*.

Capítulo IV

El alcance de la narración

4.1. INTRODUCCIÓN

Una vez postulada la importancia crucial del lenguaje como símbolo primario del pensamiento y de la construcción del ser, nos adentraremos en el terreno de la narratividad, condición esencial de la comunicación y la identificación humana. Como ya hemos anunciado, el estudio de la narratividad nos permite explicar de manera comprensiva los procesos mediante los cuales las identificaciones son creadas, mantenidas, transformadas o recreadas discursivamente. Además, a través de los procesos de identificación, como ha sugerido Kevin McClure en “Resurrecting the Narrative Paradigm”, las narrativas constituyen las historias mediante las cuales vivimos y hacemos nuestras ‘realidades’ y elecciones.¹

Este enfoque nos permite poner de manifiesto, una vez más, la importancia de los acervos de conocimiento, material simbólico gracias al cual los sujetos se desarrollan y se insertan en los diferentes marcos de referencia. Además, nos ayuda a recalcar la importancia de la otredad en la puesta en escena del *yo*. La narración es, en el sentido propuesto por Lluís Duch, entendida aquí como un razonamiento secuencial. Pero, además, es la

¹ K. McClure (2009) “Resurrecting the Narrative Paradigm.” *Rhetoric Society Quarterly*, 39(2), p. 197.

forma expresiva privilegiada para la constitución histórica del ser humano,² ya que le permite otorgar orientación y significación a todas las experiencias presentes.³ En el transcurso de sus trayectos vitales los sujetos improvisan diversas narraciones e inventan sus propias autobiografías las cuales se hacen presentes en forma de representaciones. Decimos representamos mejor que preparamos porque el ser humano a pesar de tener voluntad o autoconciencia de sí, pocas veces tiene la posibilidad de ensayar su experiencia cotidiana. El flujo temporal hace que el individuo se precipite sobre el curso presente de su trayecto vital sin poder volver atrás para reconstruir, sin poder adelantarse más que de manera aparente para planear. Los recuerdos y las impresiones del pasado, al igual que las motivaciones y las proyecciones, elementos clave en la dialéctica estudiada, son articulados de forma narrativa, como veremos. Más que categorías metafísicas, las unidades temporales serán herramientas capaces de organizar y fortalecer la conciencia del sujeto. Y es que, como ha expresado el antropólogo catalán, “la identidad personal se halla íntimamente vinculada a la organización argumental de las experiencias vividas en el pasado en unas tramas más o menos coherentes que, casi siempre, adoptan formas narrativas”.⁴ Las continuadas contextualizaciones y readaptaciones que el ser humano tiene que ir realizando a lo largo del transcurso de su experiencia cotidiana y los giros que surgen de manera imprevista en la propia biografía se podrían traducir en una constante e incesante tarea de interpretación. Interpretamos el entorno sociocultural cambiante y las relaciones o interacciones con los *otros* que forman nuestro marco de referencia. Y los *otros* nos interpretan imaginariamente, decodifican mensajes desde unos universos simbólicos determinados a los que añaden sus propias percepciones personales, “derivadas del *cotexto*, el *contexto* y la circunstancias en que se produce el acto de comunicación”,⁵ como ya anunciamos. La praxis intercomunicativa, el

² Cf. T. R. Sarbin (1986) *op. cit.*

³ L. Duch (2010) “Narració y comunicació” en *op. cit.*, p. 242.

⁴ L. Duch (2002a) *op. cit.*, p. 166. Cf. T. R. Wright (1989) *Theology and Literature*. Oxford: Blackwell, p. 67.

⁵ A. Chillón (1999) *op. cit.*, p. 31.

diálogo propiamente dicho, se convertirá así en una creación y reconstrucción continua de la experiencia vital.

Este capítulo está organizado en tres grandes bloques que se encuentran íntimamente conectados con nuestro objeto de estudio. En el primero nos proponemos presentar, de forma sumaria, los modelos de interpretación de la narración que, a nuestro juicio, son más significativos. En esta exposición tendremos muy en cuenta todo lo que ya hemos considerado en el segundo capítulo acerca de la visión narrativa de la yoidad. Ahora bien, aquí queremos llamar la atención sobre el alcance ontológico y epistemológico de la narratividad como forma cognoscitiva e interpretativa fundamental.

Las aportaciones de la hermenéutica nos permitirán poner de relieve el punto de encuentro entre la configuración y la refiguración mediática de las identidades, clave fundamental de la dialéctica propuesta. En el segundo apartado realizaremos un detallado análisis de un tipo de narración centrada en el sujeto, que es la llamada literatura testimonial. Resulta harto evidente que es en este tipo de narración donde se hace más clara la fusión dialéctica entre el *yo* y el *otro*, entre la identidad y la alteridad y entre lo individual y lo colectivo. En rigor, puede afirmarse que estas narraciones egotistas evidencian la coimplicación entre aquellos aspectos relativos al sujeto y aquellos propios de la sociedad, en general. Por otro lado, no exige grandes esfuerzos constatar que la temporalidad es una matriz fundamental en la construcción de la biografía de los individuos y las historia de los grupos. Relatos que deben mucho a la memoria subjetiva, como a las memorias colectivas, comunicativas, culturales y mediáticas, que desarrollaremos con mayor pormenor en el capítulo V. En realidad, la perspectiva narrativa adquiere entidad en tanto es experimentada y convertida en vivencia significativa para los sujetos y los grupos. Finalmente, en el tercer apartado, plantearemos la condición eminentemente narrativa del discurso mediático, subrayaremos la importancia del *storytelling* en la sociedad posmoderna y exploraremos las nuevas formas de narración egotista propias de las llamadas redes sociales.

4.2. MODELOS DE INTERPRETACIÓN DE LA NARRACIÓN

El estudio de la narración ha ocupado a muy relevantes autores y escuelas diversas, y por ello puede ser abordado de modos muy diferentes. Ahora bien, en este apartado nos proponemos explicar, sucintamente, de qué manera tres modelos de análisis de la narración, que han tenido vigencia desde principios del siglo XX, iluminan nuestro objeto de estudio. Así, dejaremos a un lado todas aquellas aportaciones que carecen de relevancia para nosotros. En esta exposición no perderemos de vista todo lo que ya hemos anunciado anteriormente sobre la construcción narrativa de la yoidad y sobre el lenguaje, que a nuestro juicio es determinante para la comprensión del ser humano, en general, y de los procesos de identificación, en particular. Para comenzar recordemos que el auge de los tres modelos que nos ocupan, a saber: el formalismo, el estructuralismo y la hermenéutica, se encuentran de una manera o de otra, en íntima relación con la decadencia del positivismo. No olvidemos que durante el siglo XIX las ciencias humanas estaban dominadas por esta corriente de pensamiento propia de las ciencias naturales.⁶ El foco de atención de este método era el dato objetivo y su ambición principal era alcanzarlo de forma empírica, mediante el método hipotético-deductivo. Además, se pretendía evitar cualquier juicio subjetivo, tan ensalzado durante el Romanticismo. No obstante, el siglo XIX se inicia con profundos cambios que hacen cuestionar estas premisas y que llevarán a las ciencias humanas a la búsqueda de su propio estatuto científico.⁷ Hechos que supondrán la quiebra o, al menos, el cuestionamiento del positivismo. Gracias a estos cambios, en gran parte, podemos considerar hoy que la narración es una forma expresiva fundamental en la construcción de la experiencia humana y la subjetividad. Como ya expresamos en el capítulo II, los humanos tienen la constante necesidad de presentarse y autonarrarse para definir su

⁶ Se pretendía equiparar las ciencias humanas a las ciencias de la naturaleza. En historia, por ejemplo, predominaba el positivismo lógico a la búsqueda del dato objetivo. El fundador del modelo nomológico deductivo fue Carl Gustav Hempel, que equipara las leyes generales en historia y ciencias naturales.

⁷ J. M. Pozuelo Yvancos (1994) "La teoría literaria en el siglo XX" en D. Vilanueva (coord.) *Curso de teoría de la literatura*. Madrid: Taurus, p. 69. La propuesta diltheyana sobre las ciencias del espíritu será clave como veremos.

yoidad. Pero veamos cuáles son los aportes más relevantes de estos tres modelos que nos permitirán acercarnos, más tarde, a la configuración narrativa de los imaginarios mediáticos.

4.2.1. El proceso de ideación de historias: temas, motivos y personajes

Como ya intuyó Aristóteles en su *Retórica*, toda pieza narrativa surge de un proceso de ideación subjetiva. Ahora bien, la *inventio* es configurada gracias a una serie de unidades significativas mínimas. Una de las cuestiones que más nos interesan de las propuestas formalistas se sitúa precisamente en este terreno, en el de la ideación de historias. Nos estamos refiriendo principalmente a los aportes sobre temática y motivación anunciados por esta escuela y más tarde ampliados por la tematología literaria que luego podrían ser aplicados a la tematología mediática. Quizás fuera el formalista ruso Boris Tomashevski el que primero concibió todo relato como una red temática compuesta de motivos elementales, cuestión de fondo que guiará el horizonte de nuestra argumentación cuando nos refiramos a la configuración de los relatos mediáticos más adelante. Algunos años antes que Tomashevski, Veselovski había definido el motivo como “la unidad narrativa más simple, que responde a exigencias del intelecto primitivo o de la observación cotidiana”.⁸ Ahora bien, es importante señalar que toda narración representa una serie de hechos relacionados entre sí y estos, a su vez, se agrupan en torno a núcleos de significado o motivos que variarán en función de la situación de interlocución y de interpretación. Recordemos que el hecho de que un fragmento o elemento de una pieza sea considerado un motivo es el hecho de que puede ser reconocido por sus intérpretes. El motivo hace referencia a una larga tradición y el receptor integra en él los sentidos heredados de la tradición a la que pertenece. Así, un mismo tema podrá ser subdividido en diferentes motivos o unidades mínimas significativas y ordenado de forma diversa. Para nosotros es crucial plantear la distinción entre el tema y el motivo inaugurada por los formalistas y sistematizada por

⁸ A. N. Veselovskij (1913) *Poetica storica*. Roma: Edizioni e/o, p. 290.

la tematología. Mientras que el tema hace alusión al núcleo de sentido –no siempre evidente–, el motivo se refiere a un ingrediente concreto y discreto dentro de la historia. Este tipo de ingredientes forman parte de las narrativas mediáticas identitarias como detallaremos más adelante.

Ahora bien, ¿cómo se constituyen estas unidades significativas?, y ¿cómo pueden dar lugar a un relato? El modo gracias al cual Tomachevski encadena los motivos es la creación de *personajes*, figura fundamental en los procesos de identificación, como iremos viendo. A la luz de los planteamientos del formalista, los personajes son los verdaderos representantes vivientes de los diferentes motivos, o lo que es lo mismo, son la encarnación de las unidades mínimas de significación o el hilo conductor que permite ordenar los diversos motivos.⁹ Precisamente, los personajes son las figuras claves o modelos en relación a los cuales los receptores se identifican, como veremos en el capítulo VII. Ahora bien, los personajes no siempre han sido considerados el motor de la historia. Precisamente, los formalistas le otorgaron un valor secundario, como ya hiciera Aristóteles en *La Poética*, para quien la acción o la trama en sí eran mucho más relevantes dentro del relato. Recordemos que *grosso modo* las teorías sobre el personaje narrativo oscilan entre dos grandes modelos: el psicológico y el formal-estructural.¹⁰ Asimismo, desde sus inicios, el análisis estructural, como veremos, redujo a los personajes a las funciones o acciones que realizaban, dejando a un lado o rechazando más bien, las aportaciones de la teoría tradicional, basada en las tipificaciones de la psicología, que aunaban personaje-persona. Uno de los primeros autores que otorgó primacía a las funciones fue Vladimir Propp. En sus estudios sobre el cuento, donde planteó una morfología mucho más completa que la de investigadores anteriores, subrayó la importancia de las funciones sobre los personajes. Para él, éstas son las partes constitutivas fundamentales del cuento¹¹ y representan las constantes, frente al resto, que puede variar. Las funciones forman “un

⁹ B. Tomachevski (1985) “Temática” en E. Sullà (ed.) *Poética de la narración*. Barcelona: Les Naus d’Empúries, p. 11. (T. d. A.).

¹⁰ Sobre esta discusión véase el estudio sobre la evolución de la noción en Occidente de R. Scholes y R. Kellogg (1970) *La natura della narrativa*. Bolonia: Il Mulino, pp. 201-259.

¹¹ V. Propp (1981) *Morfología del cuento*. Madrid: Fundamentos, p. 33.

sistema, una composición estable”¹² y podrían definirse como la acción de un personaje “desde un punto de vista de su significación en el desarrollo de la intriga”¹³, es decir, más exactamente, segmentos de acción que se repiten en todos los cuentos independientemente de los personajes. Como veremos a lo largo del capítulo V esta afirmación se podría extrapolar, sin duda, a gran parte de las narrativas mediáticas, que basan su funcionamiento en la reiteración de constantes significativas. Esta tendencia repetitiva lleva al autor a establecer lo que él llama ‘modelo arquetípico’ que es el encargado de regir la sucesión de las funciones. Los arquetipos, como haremos notar más adelante, se hallan en la base de todo proceso imaginativo y de toda narración mediática determinan, en gran medida, el modo en que un ciudadano o receptor pone en juego una serie de percepciones, cogniciones o afecciones (valores, presupuestos, motivaciones, etc.), que son vehiculadas culturalmente y aprehendidas en la vida cotidiana.

Si bien la propuesta de Propp es interesante, es importante matizar que para nosotros ninguna función se puede describir independientemente del personaje que es el que realiza la acción. De hecho, como ha señalado Paul Ricoeur, que ha estudiado a fondo la obra del ruso, “los sustantivos que definen la función (interdicción, daño, etc.) remiten a verbos de acción, que requieren siempre un agente”.¹⁴ Lo que sí es cierto es que para que haya una función es necesario que exista una motivación, es decir, un fin gracias al cual el personaje realiza una acción u otra,¹⁵ como bien señaló Propp. Aquí podemos hallar, sin duda, los antecedentes de la moderna tematología literaria y de la tematología mediática, que se centrarán en el estudio de las estructuras de significado y sentido de la obra, fundamentales para comprender la dialéctica que estudiamos. Para el estructuralista francés Claude Bremond la función es la unidad de base también. Además de proponer una secuencia de funciones posibles mucho más compleja y aplicable a cualquier tipo de mensaje narrativo, él aportó un elemento

¹² V. Propp (1928) “Las transformaciones de los cuentos fantásticos” en T. Todorov (ed.) (1970) *Teoría de la literatura de los formalistas rusos*. Madrid: Siglo XXI, p. 178.

¹³ V. Propp (1981) *op. cit.*, p. 33.

¹⁴ P. Ricoeur (2008) *Tiempo y narración II*. Madrid: Siglo XXI, p. 432.

¹⁵ V. Propp (1981) *op. cit.*, p. 85.

novedoso que es el de la “atribución a un sujeto-persona de un predicado-proceso eventual, en acto, o acabado”.¹⁶ De este modo, la acción no se puede separar de quien la sufre (paciente) o de quien la realiza (agente). Según el autor de *La lógica del relato*, el inventario de funciones concierne a la teoría narrativa, como principio coherente de los acontecimientos. Sin embargo, como ha expresado Ricoeur, “la trama es un movimiento; las funciones son puestos, posiciones mantenidas en el curso de la acción. Conocer todos los puestos que pueden existir –conocer todas las funciones– no es conocer aún ninguna trama”.¹⁷ Además, el simple hecho de especificar estas secuencias no implica aún la creación de una narración como tal, ya que estas funciones no tienen por qué orientarse “hacia configuraciones reconocidas culturalmente”.¹⁸ Para el hermeneuta, el esquematismo propio de la narración, que se encuentra presente en las tramas-tipo recibidas de la tradición, y de la comunicación mediática, como profundizaremos en el capítulo V, es esencial para que el simple hacer (la acción) se convierta en narración.¹⁹ Así, podemos concluir que la gramática de Bremond responde aún a una lógica, más que a una verdadera narrativa, que necesariamente implicaría una pragmática, es decir, una praxis del narrar o una puesta en escena de la palabra. Sin duda el estructuralista que aporta una de las más influyentes contribuciones sobre narrativa es A. J. Greimas. En *Del sentido* (1973) describe y clasifica a los personajes del relato no por sus atributos psicológicos o personales, sino según lo que hacen; de ahí que los llame *actantes*. Estos personajes que desempeñan roles determinados son los que ejercer mayor influencia sobre los sujetos y los grupos. Su modelo parte de seis funciones que descansan en tres oposiciones binarias (conjunción-disyunción) de categorías actanciales (sujeto-objeto; donante-remitente; y ayudante-opositor) que se regulan a su vez por tres relaciones: el deseo, la comunicación y la acción.²⁰ Aquí el relato es concebido como una sucesión de

¹⁶ C. Bremond, citado en P. Ricoeur (2008) *op. cit.*, p. 438.

¹⁷ P. Ricoeur (2008) *op. cit.*, p. 443.

¹⁸ P. Ricoeur (2008) *op. cit.*, p. 441.

¹⁹ P. Ricoeur (2008) *op. cit.*, pp. 441-442.

²⁰ Cf. A. Greimas (1973) *Del sentido*. Madrid: Gredos.

acontecimientos, es decir, la comprensión de la trama precede a la reconstrucción de la narración sobre la base de una lógica sintáctica²¹.

A la luz de estas premisas, el relato puede ser entendido como la suma de una serie de categorías relacionadas y dirigidas hacia un fin y el personaje como un 'participante' que ha de ser concebido por sus acciones dentro del relato. Sin embargo, no podemos separar la noción de personaje de su contexto extratextual y de sus destinatarios intérpretes y ceñirnos tan sólo a sus acciones en la trama. De hecho, así visto caeríamos en un cierto reduccionismo inmanentista, ya que el personaje sólo pertenecería al texto. No obstante, tal y como menciona José María Díez, "parece inevitable que el receptor proyecte la imagen que recibe del personaje sobre sus experiencias vivenciales".²² De este modo, la categoría pasaría a ser extratextual o trascendente, dado que es reconfigurada en el proceso de recepción. Para ser imaginado el personaje precisa ser edificado a la luz de un proceso de identificación, proceso al que hemos dedicado el apartado 7.3. de la presente.

4.2.2. La trama como principio de configuración narrativa

Debemos a Tomachevski, el valor constructivo otorgado a las nociones de interés o trama que él distingue del argumento, distinción que se situará en el origen de la moderna teoría de la narración.²³ Para él, la trama es "el conjunto de acontecimientos vinculados entre sí"²⁴ por un orden cronológico (lógico-causal) y un orden narrativo; mientras que el argumento (*suzjet*) se rige por el orden que se observa en la obra. De ahí que de una misma trama -fábula diría Aristóteles, historia será llamada después- pueda dar lugar a argumentos o articulaciones discursivas diversas. De ahí también que una misma categorización social pueda inspirar diversas piezas mediáticas. La actividad de contar pertenece, por tanto, al argumento que, como ha expresado Pozuelo Yvancos, "impone desde una *selección* de los

²¹ P. Ricoeur (2008) *op. cit.*, p. 449.

²² J. M. Díez (1989) "Notas sobre la crítica para un estudio del personaje de la comedia española del siglo de oro" en C. Castilla del Pino (comp.) *op. cit.*, p. 99.

²³ J. M. Pozuelo Yvancos (1994) "art. cit.", p. 221.

²⁴ B. Tomachevski (1925) "art. cit." en T. Todorov (1970) *op. cit.*, p. 200.

acontecimientos hasta una disposición de interés según los fines del narrador y elocución concreta”.²⁵

Un autor que ha puesto de manifiesto el alcance estructural de la narración y ha otorgado un valor preponderante a la trama es el historiador estadounidense Hayden White. Para él, ficción e historia pertenecen a la misma clase en tanto son narradas y prefiguradas. En *Metahistoria*, el investigador coloca la trama entre la historia narrada y el argumento, es decir, propone la trama como modo de explicación. Esta última da el significado de la historia mediante la identificación al tipo de relato narrado. Así la construcción de la trama explica la historia misma al identificar la clase a la que pertenece.²⁶ La invención o construcción de la trama se convierte en una categoría configurada, ya que proporciona una guía o sentido para reconocer la historia narrada, hecho que permite a los receptores de piezas mediáticas comprender y realizar asociaciones sobre dichas piezas. Según White, que toma la tipología de la construcción de la trama del teórico literario Northrop Frye, existen diversos modos o estilos de hacer historia o de tratar un mismo acontecimiento.²⁷ Esto explicaría por qué un mismo hecho puede ser explicado desde ópticas diferentes y adoptar enfoques dispares. La trama es así entendida como una forma o estructura arquetípica que da sentido a la narración, como desarrollaremos más adelante. La teoría del estilo que juega un papel fundamental en *Metahistoria* representa una combinación particular entre modos de construir tramas, argumentos e implicaciones ideológicas que provienen de la herencia cultural²⁸ y contribuyen a la formación de sentido. La construcción de la trama es propuesta así como una operación prefigurada y dinamizadora que articula la

²⁵ J. M. Pozuelo Yvancos (1994) “art. cit.”, p. 222.

²⁶ P. Ricoeur (2007) *op. cit.*, p. 274.

²⁷ A saber el romance, la tragedia, la comedia y la sátira. Cf. N. Frye (1991) *La anatomía de la crítica*. Caracas: Monte Ávila Editores Latinoamericana. Aquí podemos observar la influencia del método formalista, en tanto White identifica los componentes formales estructurales de los relatos históricos con las categorías literarias. Para él, Michelet construye su historia según el modelo romanesco; Ranke según el cómico; Tocqueville según el trágico y Burckhardt según el satírico.

²⁸ P. Ricoeur (2007) *op. cit.*, p. 280.

narración,²⁹ puesto que elegir un tropo y no otro responde a los efectos de sentido que se pretenden transmitir con toda narración.

Sin duda, el historiador que mayor atención ha prestado a la noción de trama es Paul Veyne. El investigador francés, que hace una apología clara y radical de la narración, pone en duda el estatuto científico de la historia, ya que considera que “el relato que surge de la pluma del historiador no es el que vivieron sus protagonistas; es sólo una narración”.³⁰ Para él, la narración no hace revivir nada por la sencilla razón de que es construida: “La historia selecciona, simplifica, organiza, resume un siglo en una página”.³¹ Además, considera que la estructuración de la trama es la única que puede calificar unos hechos como históricos. Esta lógica responde a una fragmentación de la vida real que siempre será parcial. En definitiva, una trama es una mezcla de causas materiales, de fines y de casualidades capaz de medir los acontecimientos y, ante todo, es una construcción o creación que no puede reproducir los hechos tal como fueron sino representarlos de manera subjetiva. Y como bien ha expresado Lluís Duch: “No nos cabe fijar criterios ajenos a nuestra subjetividad, dado que todo el conocimiento que logramos está determinado por nuestra presencia como sujetos, es decir, por los matices y sesgos –incluso biográficos– que imponemos a los objetos”.³²

4.2.3. La *dispositio* del relato

Ya en la *Retórica*, Aristóteles puso de manifiesto que las partes del discurso, su orden y disposición son fundamentales para lograr una argumentación convincente. Algunos siglos más tarde los formalistas y estructuralistas, sobre todo, buscaron las estructuras profundas mediante el análisis de las relaciones entre los diferentes elementos o unidades que conforman el

²⁹ Para White la voz narrativa tiene siempre efectos e intenciones explicativas que pretenden dirigir la atención hacia una dirección determinada. H. White (2010) “The Structure of Historical Narrative” en *The Fiction of Narrative*. Baltimore, MD: Johns Hopkins University Press, p. 113

³⁰ P. Veyne (1984) *Cómo se escribe la historia*. Madrid: Alianza, p. 14.

³¹ Aunque la perspectiva del autor pueda resultar radical, resulta de interés destacar que se posiciona en una línea similar a Henri Marrou: todo es subjetivo, no arbitrario. P. Veyne (1984) *op. cit.*, p. 14.

³² L. Duch en A. Chillón (2010) *La condición ambigua*. Barcelona: Herder, p. 245.

relato.³³ Precisamente Tomachevski y, posteriormente, V. Sklovsky y C. Segre trataron de describir la composición narrativa como un procedimiento basado en la ligazón, encadenamiento o cruce de motivos, es decir, en la articulación de las diferentes unidades de significación. De este modo, la narración es concebida como un organismo dinámico donde la relación entre las partes que lo constituyen es esencial.³⁴ Para los teóricos rusos, las obras son sistemas donde los elementos interactúan entre sí. De hecho, como ha destacado Juri Tinianov, “la unidad de una obra no es una entidad simétrica y cerrada sino una integridad dinámica que tiene su propio desarrollo; sus elementos no están ligados por un signo de igualdad y adición sino por el signo dinámico de correlación e integración”.³⁵ Este dinamismo, además de observarse en el principio de construcción de Tinianov, también está presente en las apreciaciones de Viktor Vladimirovich Vinogradov, que considera la obra como un organismo relacionado, a su vez, con otros textos o géneros.³⁶ Aquí podemos observar las primeras reflexiones en torno al dialogismo que años más tarde desarrollará el posformalista³⁷ ruso Mijail Bajtín y que continuarán numerosos autores entre los que podemos destacar a Julia Kristeva, con su noción de ‘intertextualidad’, teorías que son fundamentales para la comprensión de la comunicación mediática. Vladimir Propp también concibe el cuento como totalidad, es decir, como una serie (de funciones que se repiten) y una secuencia. Para él no se trataría de una simple suma (sucesión) de segmentos, sino de una unidad que comienza y acaba. Este presupuesto, que puede resultar evidente, es de gran relevancia para comprender el carácter temporal de la configuración narrativa

³³ Nos estamos refiriendo a los *mitemas* de Lévi-Strauss, las *funciones* de Brémond o los *actantes* de Greimas, por citar las unidades significativas más relevantes.

³⁴ Como ha señalado Paul Ricoeur posteriormente, “la más importante de las propiedades estructurales de un sistema lingüístico es su carácter orgánico.” P. Ricoeur (2008) *op. cit.*, p. 422.

³⁵ J. Tinianov (1923) “La noción de construcción” en T. Todorov (1970) *op. cit.*, p. 87.

³⁶ V. V. Vinogradov (1922) “Sobre la tarea de la estilística” en T. Todorov (1970) *op. cit.*, pp. 81-83.

³⁷ Denominamos Escuela Posformalista al círculo de Bajtín formado por él mismo, Matvej Isaevitch Kagan, Pavel Nikolaevich Medvedev, Lev Vasilievich Pumpjanskij, Ivan Ivanovich Sollertinskij y Valentin Nikolaevich Voloshinov y a la Escuela de Tartu encabezada por Iuri Lotman, Boris A. Uspenskij, Z.G. Ming, S.S. Averincev y V.V. Ivanov, entre otros.

posterior, aplicada a las narraciones mediáticas.³⁸ Para los estructuralistas la disposición de los elementos en el relato es esencial, pero más aún lo son las relaciones que mantienen con el resto de instancias que forman parte de la obra. En *Análisis estructural del relato*,³⁹ Roland Barthes expresó que existe una estructura semejante entre todos los relatos, es decir, una serie de elementos que se repiten de forma solidaria. Aquí podemos observar algunos de los antecedentes del paradigma de la repetición, principio dinamizador de la mayoría de las piezas mediáticas, como veremos en detalle en el apartado 5.4.3.1. Pero, a su vez, estos componentes forman parte de un todo, que prima por encima de las partes.⁴⁰ El autor se pregunta por la lógica de *conexión* o jerarquía que hace que “una serie de acontecimientos configuren un relato y no una mera sucesión continua de sucesos-motivo”.⁴¹ A su juicio, el relato opera de manera conjunta: la narración es aquí comprendida como

³⁸ Un ejemplo de ello se puede evidenciar en la propuesta del británico Walter B. Gallie. Este investigador propone la noción de *followability*, que proviene de la psicología de la recepción y que se podría traducir por ‘continuidad’ o ‘seguibilidad’. Este concepto se refiere a la procedencia y al desarrollo de la historia narrada (*story*). Para el autor una historia que se narra describe una secuencia de acciones y de experiencias orientadas hacia una conclusión. W. B. Gallie, citado en P. Ricoeur (2007) *op. cit.*, pp. 251-252. Desde esta perspectiva, la historia tendría una función teleológica, ya que está orientada hacia una dirección particular: la conclusión o punto final. El hecho de que el lector prosiga una historia hasta su última etapa significa que ésta ha sido capaz de retener la atención del destinatario. El equilibrio entre las sorpresas, las coincidencias y las expectativas propias del lector son las que motivan el interés. Así, toda historia es “una narración de acontecimientos en los que el pensamiento y la acción humana desempeñan un papel predominante.” W. B. Gallie, citado en P. Ricoeur (2007) *op. cit.*, p. 254. En la propuesta de Gallie podemos observar la importancia otorgada al destinatario y al proceso decodificador, en la que profundizaremos más adelante.

³⁹ Cf. R. Barthes (1982b) “Introducción al análisis estructural de los relatos” en R. Barthes *et al.* (eds.) *Análisis estructural del relato*. Barcelona: Editorial Buenos Aires.

⁴⁰ Un autor que ha puesto de manifiesto el carácter sintético de la narración entendida como totalidad organizada es Louis O. Mink. Para él, explicar es operar conexiones, lo cual significa “explicar un acontecimiento describiendo sus relaciones intrínsecas con otros acontecimientos y situarlo en su contexto histórico.” L. O. Mink, citado en P. Ricoeur (2007) *op. cit.*, pp. 260-261. La cuestión es aprehender los acontecimientos juntos más que examinarlos en serie, de modo que comunicar la experiencia consiste en ver las cosas juntas –como un todo– bajo el prisma de que un acontecimiento viene después de otro. La configuración narrativa puede entenderse como el conjunto de relaciones establecidas entre diferentes elementos. Este modelo configurante es propuesto por Mink como una forma de comprensión que puede ser definida como “el acto de aprehender juntos en un solo acto mental cosas que no se experimentan juntas o que incluso no se pueden experimentar así, porque están separadas en el tiempo, en el espacio o desde un punto de vista lógico.” Mink en P. Ricoeur (2007) *op. cit.*, pp. 265-266. En este sentido la narración sería una operación de enlace y reconstrucción, donde la subjetividad que crea las conexiones es parte crucial del mismo proceso.

⁴¹ J. M. Pozuelo Yvancos (1994) “art. cit.”, p. 225.

una “jerarquía de instancias”.⁴² Y la estructura lógica (objetivista) se sitúa por encima de la historia, rechazada por su dimensión cronológica y temporal (y, por tanto, subjetiva). No obstante, como ya hemos manifestado, para nosotros el nivel subjetivo es esencial para comprender el alcance de la narración, siempre sometida a las perspectivas de un sujeto contextualizado. El nivel de descripción propuesto por Roland Barthes es también sostenido por Tzvetan Todorov, que va más allá del nivel sintagmático (relaciones horizontales entre los elementos presentes) y parte de una base paradigmática (relaciones verticales que incluyen los elementos ausentes, *in absentia*). Esta concepción nos permitirá más adelante explicar el modo en que los sujetos se relacionan con los contenidos mediáticos. El autor propone que no son los acontecimientos referidos los que cuentan, sino la manera en que el narrador nos los hace conocer, afirmación fundamental en los discursos mediáticos.⁴³ Esta distinción entre el *qué* y el *cómo* es muy relevante, ya que nos permite distinguir entre el contenido estructural y su articulación histórico discursiva propiamente dicha. Precisamente, es su noción de discurso la que incorpora el carácter paradigmático. Para él: “la historia es una abstracción pues siempre es percibida y contada por alguien, no existe ‘en sí’”;⁴⁴ hecho por el cual no puede separarse de sus instancias de enunciación. De ahí la importancia de la yoidad como instancia enunciativa. Todorov describe el relato como *discurso* en lugar de como historia, por la diferencia planteada en relación a su temporalidad. Mientras que en la historia pueden sucederse varios acontecimientos al mismo tiempo, en el discurso necesariamente deben aparecer uno tras otro.⁴⁵ Este proceso de ordenación es designado por él con el término *aspectos* del relato que concierne a cómo la historia es percibida por el narrador. La palabra *aspectos*, que en su sentido etimológico latino *-aspectus-* significa “mirada”, es referida

⁴² R. Barthes *et al.* (1982b) *op. cit.*, p. 15.

⁴³ T. Todorov (1982) “Las categorías del relato literario” en R. Barthes *et al.* (eds.) (1982b) *op. cit.*, p. 157.

⁴⁴ T. Todorov (1982) “art. cit.”, p. 159.

⁴⁵ T. Todorov (1982) “art. cit.”, p. 174. Esta distinción es heredera de la propuesta por E. Benveniste (1997) *op. cit.* Recordemos que para Benveniste en la historia los acontecimientos se narran a sí mismos porque el hablante no participa directamente, es decir, no está implicado; mientras que en el discurso el hablante se designa o es designado ya que toda enunciación implica un hablante y un oyente.

a los diferentes tipos de percepción que se pueden reconocer en el relato, y nos ofrece un punto de partida muy interesante para comprender cómo los medios pueden configurar una misma temática en función de la intención ideológica, por ejemplo. Además, como ha señalado Todorov, el aspecto muestra la interconexión entre un *él* (de la historia) y un *yo* (del discurso). A pesar de las divergencias terminológicas, para nosotros el aspecto – entendido como pilar de la estructura narrativa⁴⁶ también podría ser llamado ‘foco’, ‘perspectiva’ o, incluso, ‘mirada’. Lo importante es hacer notar que ni la perspectiva o la mirada son percepciones automáticas; por el contrario, implican una serie de valores implícitos, juicios, perspectivas psicológicas, ideológicas, factores espacio-temporales. O lo que es lo mismo, un marco de referencia, un acervo del conocimiento a mano, una trayectoria biográfica dada, que es la que determina el modo en el que el narrador experimenta lo que acontece. En definitiva, este carácter selectivo de la narración evidencia una virtud esencial: que todo discurso está abierto a la intencionalidad de su narrador. Además, éste nos muestra la acción desde una perspectiva determinada, es decir, nos ofrece un punto de vista establecido sobre los acontecimientos. Dicho con otras palabras, todo discurso es perspectivístico, y entraña necesariamente un punto de partida subjetivo, que condicionará posteriormente el modo en que los receptores interpretan.

4.2.4. Punto de vista y voz narrativa

Las aportaciones de los formalistas y estructuralistas sentaron las bases para el desarrollo de los conceptos de punto de vista y voz narrativa, elementos esenciales para comprender el paso de una *poética del mensaje-texto* (inmanentista) a una *poética de la recepción*, que convierte al lector (como instancia externa) y la decodificación-interpretación del texto en el objeto de investigación principal. Estas teorías que, en principio, podrían parecer

⁴⁶ Cf. M. Baquero Goyanes (1989) *Estructuras de la novela actual*. Madrid: Castalia; B. Uspenski (1973) *Poetics of Composition*. Bloomington, IN: Indiana University Press; J. Lintvelt (1981) *Essai de typologie narrative*. París: Corti; y C. Segre (1985) *Principios de análisis del texto literario*. Barcelona: Crítica.

alejadas de nuestro objeto, nos permitirán más adelante describir el tránsito entre la configuración mediática de las identificaciones y la refiguración que realizan los receptores. A partir de estos presupuestos podremos adentrarnos más adelante en los procesos de interpretación e identificación que los sujetos realizan en la recepción mediática. Como ha señalado Paul Ricoeur, mientras que el punto de vista pertenece a la esfera de experiencia a la que pertenece el personaje, la voz narrativa se dirige al lector y le presenta la narración.⁴⁷ La categoría de punto de vista que define la situación narrativa, como ya hemos visto anteriormente, puede definirse como el lugar de origen, la orientación, el acceso, el ángulo o el enfoque⁴⁸ desde el que se expresa el tema. Es decir, la posición desde la que se orienta el narrador hacia sus personajes y los personajes entre sí,⁴⁹ que admite multitud de combinaciones posibles. En palabras de Ricoeur:

“El narrador puede ir al paso de sus personajes, haciendo coincidir el presente de la narración de estos con el suyo y aceptando así sus límites y su ignorancia; por el contrario, puede moverse hacia delante o hacia atrás, considerar el presente del punto de vista como anticipaciones de un pasado rememorado o como el recuerdo pasado de un futuro anticipado”.⁵⁰

Así, para los estructuralistas el punto de vista puede definirse como el lugar desde el que se narra o el principio de composición. Por su parte, la voz narrativa representaría más bien al narrador, en tanto autor del discurso. Esta última noción que se lleva hasta su último estadio con la propuesta del posformalista Mijail Bajtín marca el punto de transición entre la *poética formalista-estructural* y la *poética de la recepción*. El autor con su noción de polifonía de voces propone una estructura novelesca que está más allá de la monológica, donde la voz del narrador (punto de vista) emerge como el principio configurador.

⁴⁷ P. Ricoeur (2008) *op. cit.*, p. 513.

⁴⁸ Genette propone substituir focalización por punto de vista. G. Genette (1983) *Nouveau discours du récit*. París: Seuil, pp. 43-52. La personalización, requerida por la categoría de narrador, es trasladada a la noción de voz. G. Genette (1983) *op. cit.*, pp. 52-55.

⁴⁹ P. Ricoeur (2008) *op. cit.*, p. 522.

⁵⁰ P. Ricoeur (2008) *op. cit.*, p. 524. Véanse también los narradores de Todorov. Cf. T. Todorov (1982) “art. cit.”.

Las relaciones dialógicas planteadas por Bajtín, ya anunciadas por los teóricos formalistas, subvierten el modelo propuesto hasta el momento, ya que el narrador ya no *monologa* y puede dialogar con sus personajes. Este concepto se relaciona con nuestro objeto de estudio, en la medida en que permite establecer un vínculo dialéctico entre la configuración mediática y la recepción, propiamente. De hecho, la entrada en el diálogo hace confluír las intenciones y expectativas de los agentes comunicativos. Como ha planteado Ricoeur, tanto la noción de punto de vista como la de voz funcionan de modo solidario. No es de extrañar que los teóricos pasen de una a otra de modo que las fronteras no quedan tan claras.

A nuestro juicio y apoyándonos en la propuesta del hermeneuta, se trata, sin duda, de un mismo proyecto planteado bajo el ángulo de dos cuestiones: mientras que el punto de vista respondería a la pregunta “¿desde dónde se habla? La voz responde a la pregunta: ¿Quién habla aquí?”.⁵¹ Ambas cuestiones, como es evidente, son esenciales para determinar la puesta en palabras de la identidad. Cuando un sujeto se identifica, claramente apuesta por un punto de vista consistente que le permite expresar quién es el narrador y cuál es su relación con la historia que se narra. Ahora bien, mientras que el punto de vista es una cuestión de composición, la voz es dirigida claramente hacia un *tú*, es decir, se dirige claramente a alguien. Como ha expresado Ricoeur, esta última “incumbe ya a los problemas de comunicación en la medida en que está dirigida a un lector; se sitúa así en el punto de transición entre configuración y refiguración, en cuanto que la lectura marca la intersección entre el mundo del texto y el del lector”.⁵² Es decir, entre un mundo estático y constante, y uno variable y fluido –una obra viva, como diría Ricoeur–⁵³ que debe ser reactualizado contextualmente. A continuación, nos adentraremos en el modelo de interpretación hermenéutico para el que la exégesis del texto se convierte en el acto principal de sentido.

⁵¹ P. Ricoeur (2008) *op. cit.*, p. 531.

⁵² P. Ricoeur (2008) *op. cit.*, p. 532.

⁵³ P. Ricoeur (1986) *Del texto a la acción II*. México: FCE, p. 153.

4.2.5. Hacia una poética de la recepción

Más allá de la convergencia entre dos subjetividades, la del autor y la del lector, a las que la pragmática y la semiótica se dedicarán en gran parte,⁵⁴ la hermenéutica buscará la confluencia de dos discursos: el del texto y el del intérprete.⁵⁵ De este modo, lo que necesita ser interpretado en un texto es su sentido, es decir, la llamada fusión entre el mundo del texto y el mundo del lector. Así, el nuevo objeto de la teoría literaria de tenor hermenéutico será propiamente el lector y su propia decodificación y comprensión del texto, es decir, el modo en que el lenguaje es producido, recibido, activado e interpretado en el seno de una cultura. Esta teoría es muy relevante para esclarecer nuestro objeto de estudio, puesto que ofrece matices comprensivos aplicables a la recepción e interpretación mediática que realizan los receptores. Es importante señalar que aquí el sentido del texto se constituye como un proceso que no sucede 'sobre' la página o la pantalla, propiamente, sino más bien en la interacción o fusión entre dos mundos. En este sentido, no existirá un encuentro neutral o fijo con la pieza, ya que esta será leída, reconstruida, interpretada y apropiada por diferentes destinatarios a la luz de sus diferentes modos de ser o de su trasfondo cultural, horizonte o universo simbólico. Así, este giro situará la subjetividad, las precomprensiones y la indeterminación del significado del texto en el centro.⁵⁶

Para Paul Ricoeur, este encuentro entre el texto y el destinatario "es, por así decirlo, creado, instaurado, instituido por la obra misma. Una obra se

⁵⁴ La pragmática trabajará aspectos que ni la sintaxis ni la semántica habían tratado anteriormente y superará la visión estática del signo deudora de la dicotomía saussureana entre *langue* y *parole*. Además, ofrecerá una visión dinámica donde el contexto y la circunstancia específicos del acto de habla serán esenciales. Como ha expresado Albert Chillón: "Ya no puede hablarse de papeles fijos de emisor y receptor, sino de *turnos de habla*, las convenciones semióticas y, en último pero no menos importante lugar, el contexto y la circunstancia concretos en que cada enunciado se produce cooperativamente." A. Chillón (1999) *op. cit.*, p. 31. Para profundizar, cf. G. Leech (1983) *op. cit.*; S. C. Levinson (1983) *op. cit.*; S. J. Schmidt (1977) *op. cit.*; y G. Reyes (1990) *op. cit.* El enfoque semiótico también vindicará la importancia del receptor en la configuración del significado. Estamos pensando en U. Eco (1981) *Lector in fabula*. Barcelona: Lumen.

⁵⁵ M. Maceiras en P. Ricoeur (2007) *op. cit.*, p. 20.

⁵⁶ G. Reyes (2006) "art. cit."

encamina hacia sus lectores y así se crea su cara a cara subjetivo".⁵⁷ En este sentido, hemos de subrayar que el destinatario realiza la labor exegética, por excelencia, de sacar a la luz y desvelar el sentido último del texto (el suyo propio). O como diría Lledó, el lector acompaña la muda soledad de la letra con un discurso que además de esclarecer el sentido del texto, tiene que saber preguntar y entender lo que quiere decir, en el largo horizonte del tiempo.⁵⁸ Esa temporalidad supone para el lector, como menciona Lledó, al igual que en la vieja textura de la urdimbre que forma un tejido, el conocimiento de una trama⁵⁹ mucho más abstracta que podría servir para la inteligencia de lo escrito.⁶⁰ Es decir, la lectura y la recepción van más allá de la mera descodificación y son planteadas aquí como una interpretación abstracta e intersubjetiva, donde entran en juego la dialéctica de dos subjetividades desconocidas que se encuentran por vez primera en el texto o pieza mediática. Este encuentro, como ya hemos anunciado, también se da también en la recepción o participación mediática, donde el intérprete apropia y comprende de manera –implícita y explícita– los contenidos vehiculados en las narraciones mediáticas.

A partir de la atención prestada por la hermenéutica a la idea de lenguaje, como cuestión central, y a nociones de orientación lingüística como significado, intencionalidad, interpretación y comprensión,⁶¹ se impone una visión epistemológica de la historia basada en la comprensión a través de la narración. No perdamos de vista que para el modelo hermenéutico la diferencia entre explicación y comprensión es esencial. Ya en 1858, Johann Gustav Droysen acuñó la dicotomía metodológica a la que posteriormente Wilhem Dilthey otorgó sistematicidad. Más allá de la búsqueda de la universalidad, las ciencias del espíritu, que es como llama el hermeneuta alemán a las ciencias humanas, buscan comprender las peculiaridades

⁵⁷ P. Ricoeur (1986) "La función hermenéutica de distanciamiento" en *op. cit.*, p. 108.

⁵⁸ *Ibidem.*

⁵⁹ "Cada trama es una figura, una constelación, una telaraña dispuesta para atrapar el sentido, y tanto el narrador como el narratario están situados en su tela". E. Lynch (1997) *La lección de Sheherezade*. Barcelona: Anagrama, p. 193.

⁶⁰ E. Lledó (1991) *El silencio de la escritura*. Madrid: Centro de Estudios Constitucionales, p. 31.

⁶¹ G. H. von Wright (1980) *Explicación y comprensión*. Madrid: Alianza, p. 52.

individuales y únicas de sus objetos.⁶² Como ha señalado Von Wright la 'comprensión' cuenta con una resonancia psicológica de la que carece de 'explicación'.⁶³ Además, la literatura se encuentra vinculada a la *intencionalidad*, elemento comunicativo esencial: "Se comprenden los objetivos a propósito de un agente, el significado de un signo o un símbolo, el sentido de una institución social o de un rito religioso".⁶⁴ De modo que la comprensión es una categoría semántica antes que psicológica para los hermeneutas, fundamental para el esclarecimiento de la dialéctica estudiada.

4.2.6. La hermenéutica del texto: Dilthey, Gadamer y Ricoeur

En términos generales las propuestas teóricas que hemos visto hasta ahora ponen de manifiesto el vínculo que existe entre la comprensión comunicativa y la competencia narrativa. Como ya hemos expresado en el capítulo III, el giro o toma de conciencia lingüística otorga un ponderado y renovado espacio a la narrativa. Ésta es entendida ahora como una reflexión sobre la dinámica misma de la producción del relato, es decir, como la puesta en discurso de acontecimientos, experiencias, memorias o figuras. La narrativa es propuesta como una operación cognoscitiva e interpretativa sobre formas específicas de manifestación de alcance ontológico y epistemológico. Las condiciones primarias de la *vida* serán para el hermeneuta Wilhem Dilthey el significado, el valor, el sentido y la finalidad; categorías que establecen una relación del todo y las partes. Para él, comprender no es más que descubrir el sentido de una conexión sea ésta un tejido, una trama o una estructura.⁶⁵ El

⁶² G. H. von Wright (1980) *op. cit.*, pp. 20-21. Las ciencias de la Naturaleza explican, las del espíritu comprenden, dirá Dilthey: "de explicar se subsume lo individual bajo lo universal, como un caso particular suyo; al comprender se reconoce un evento en su irreductible singularidad. W. Dilthey (2000) *op. cit.*, p. 103. Dilthey define las ciencias del Espíritu como ciencias determinadas por la referencia a la Humanidad o a la 'realidad socio-histórico-humana'. Y se refiere a las clásicas humanidades: filosofía, psicología, historia, filología, sociología, entre otras.

⁶³ G. H. von Wright (1980) *op. cit.*, p. 24.

⁶⁴ *Ibidem*.

⁶⁵ W. Dilthey (2000) *op. cit.*, p. 136.

autor pone de manifiesto la importancia de la historicidad⁶⁶ humana como una vuelta sobre el pasado para afirmar y lanzar el presente. Así es como comienza la comprensión más elemental, el movimiento de la vivencia, concepto que reviste de especial interés para explicar el vínculo existente entre las narrativas mediáticas y la experiencia de los sujetos y los grupos.⁶⁷ Ya no se trata de explicar la historia de las instancias creadoras como hacía la *poética del autor* del siglo XIX, ni tampoco delimitar una *poética del mensaje* y sus partes constituyentes, en un sentido estructuralista, sino de analizar la capacidad del intérprete de llegar a la comprensión última del texto, como totalidad significativa. Así el modelo hermenéutico propondrá una relación entre el momento de explicación objetiva del texto, heredera de la tradición inmanentista estructural, y el de la apropiación subjetiva del mismo, en un sentido trascendental. De modo que se da al mismo tiempo la confluencia de dos discursos: el del texto y el del intérprete; que no es más que la conjunción del mundo del texto y del mundo del lector, que Gadamer llamará ‘fusión de horizontes’ o ‘fusión horiZóntica’, como vimos. Llegamos así al aspecto primordial bajo el que se presenta una de las claves del modelo hermenéutico que proponemos. Aquí, “el horizonte de sentido de la comprensión no puede limitarse ni por lo que el autor tenía originalmente en mente ni por el horizonte del destinatario al que se dedicó el texto en origen”,⁶⁸ dice Gadamer. Por el contrario, la fusión de ambos mundos se da mediante la interpretación, como realización de la comprensión misma. Lo que exige ser interpretado en un texto es su sentido y el acto de apropiación debe entenderse como una concreción del sentido mismo, más que como una mera proyección. Así, Gadamer va más allá de la hermenéutica romántica de Scheleiermacher y de Dilthey. Recordemos que ambos proponían rehacer el camino desde la obra a su autor –*comprender a un autor mejor que él mismo se habría comprendido*–,⁶⁹ mientras que Gadamer parte del texto mismo: “El

⁶⁶ La historicidad “es la posibilidad de configurar conexiones de significado, posibilidad que viene dispuesta por la estructura reflexiva de la vida.” A. Gómez en W. Dilthey (2000) *op. cit.*, p. 147.

⁶⁷ A. Gómez en W. Dilthey (2000) *op. cit.*, p. 56.

⁶⁸ H.-G. Gadamer (2007) *op. cit.*, p. 474.

⁶⁹ Esta fórmula que es iniciada por Scheleiermacher ha sido empleada en el mismo sentido por August Boeckh, H. Steindhal y W. Dilthey, y no viene a significar más que el triunfo de los

texto habla ahora por sí mismo, es un “en sí” del que parte la interpretación”.⁷⁰ No obstante, la hermenéutica filosófica moderna supera la objetividad textual y muestra que la relación de significación es únicamente posible *en* el diálogo. Es decir, en la conversación propiamente dicha que es la forma de realización de la comprensión. Tal y como ha expresado Gadamer:

“La conversación es un proceso por el que se busca llegar a un acuerdo. Forma parte de toda verdadera conversación el atender realmente al otro, dejar valer sus puntos de vista y ponerse en su lugar, no en el sentido de que se le quiera entender como la individualidad que es, pero sí en el de que se intenta entender lo que dice”.⁷¹

Es decir, en la resurrección del sentido del texto se crea un nuevo mundo donde se encuentran ya siempre implicadas las ideas propias del intérprete y los acervos de conocimiento que forman parte de la *doxa* compartida, que como veremos está instituida mediáticamente. Construir un mundo aquí significa, por tanto, atribuir determinadas propiedades, dar voz a aspectos silenciados, sacar a la luz aquello que no es evidente o explícito, en definitiva, desentrañar algo cuyo estado de latencia no permite vislumbrarlo o aprehenderlo sin antes interpretarlo. Gracias a esta forma de realización, que para Gadamer es la conversación, el tema accede a su expresión “no en calidad de cosa mía o de mi autor sino de la cosa común a ambos”.⁷² Así se alcanzaría la fusión comprensiva propuesta por el hermeneuta y, en gran medida, la fusión entre los dos procesos que nos ocupan, como veremos más adelante. Como ya expresamos en el capítulo III, el lenguaje es un fenómeno intersubjetivo, comunicativo e interpretativo, históricamente determinado, donde el intérprete es también sujeto de la acción.⁷³ La pertenencia de éste a

principios hermenéuticos o “la superioridad del intérprete respecto a su objeto.” H.-G. Gadamer (2007) *op. cit.*, p. 249. Para Scheleiermacher “el acto de la comprensión es la realización constructiva de una producción. Tiene que hacer conscientes algunas cosas que al productor original pueden haberle quedado inconscientes”. H.-G. Gadamer (2007) *op. cit.*, p. 246. Aquí podemos observar el psicologismo del hermeneuta romántico.

⁷⁰ M. Maceiras en P. Ricoeur (2007) *op. cit.*, p. 20.

⁷¹ H.-G. Gadamer (2007) *op. cit.*, p. 463.

⁷² H.-G. Gadamer (2007) *op. cit.*, p. 467.

⁷³ Los primeros estudios sobre estética de la recepción de Jan Mukanovsky o de Douwe W. Fokkema y Elrud Ibsch pueden resultar interesantes a este respecto. Cf. J. Mukarovsky (1977) *Escritos de estética y semiótica del arte*. Barcelona: Gustavo Gili; D. W. Fokkema y E. Ibsch (1988) *Teorías de la literatura del siglo XX*. Madrid: Cátedra; L. A. Acosta Gómez (1989) *El*

la historia misma es para Wilhem Dilthey la raíz del círculo hermenéutico, ya que “del proceso al que pertenecen los objetivos de interpretación formamos parte también nosotros, los intérpretes”.⁷⁴ Y es que Dilthey considera que existe una cierta homogeneidad entre el sujeto y objeto: el que investiga la historia es el mismo que la hace.⁷⁵ Años más tarde, en su “La historicidad de la comprensión como principio hermenéutico”, Gadamer señala que toda interpretación tiene que orientarse: “La comprensión de lo que pone en el texto consiste precisamente en la elaboración de este proyecto previo, que por supuesto tiene que ir siendo constantemente revisado en base al que vaya resultando conforme se avanza en la penetración del sentido”.⁷⁶ Como se puede observar en este fragmento, la *lingüística* es la forma de realización de la comprensión, pero ésta no aparece de forma aislada o inherente, sino como parte de un proceso eminentemente práctico. Así, en palabras del investigador, “comprender un texto significa siempre aplicárnoslo y saber que, aunque tenga que interpretarse en cada caso de una manera distinta, sigue siendo el mismo texto el que cada vez se nos presenta como distinto”.⁷⁷ En el plano de la producción de sentido no sólo importa aquello que el texto o la pieza mediática nos dice o nos comunica, sino aquello que *nos parece* que dice⁷⁸ y, sobre todo, aquel sentido que como narrarios reconstruimos, es decir, la capacidad imaginativa y simbólica que los lectores tienen y, según la cual, configuran a los personajes y los acontecimientos que aparecen en el texto o se encuentran relacionados con él. De esta manera, lo que el lector, receptor o participante apropian del texto no sólo es su sentido, sino también la experiencia personal que el texto trae al lenguaje y, sobre todo, los mundos posibles que le ofrecen y que él, en cuanto

lector y la obra. Madrid: Gredos; y D. Villanueva (1991) *El polen de ideas.* Barcelona: Promociones y Publicaciones Universitarias. No obstante no podemos olvidar como ha señalado Emilio Lledó que “la moderna *rezeptionstheorie* que busca, en principio, recuperar un aspecto, si bien bastante ‘formal’ de la historia, frente a la pura objetivación de texto, tal como pretendió la crítica más o me os estructuralista, olvida que la recepción es un fenómeno condicionado no sólo a los valores ‘estéticos’, sino a toda una serie de componentes que integran la ‘vida’ del receptor.” E. Lledó (1992) *El surco del tiempo.* Barcelona: Crítica.

⁷⁴ A. Gómez en W. Dilthey (2000) *op. cit.*, p. 76.

⁷⁵ W. Dilthey, citado en H.-G. Gadamer (2007) *op. cit.*, pp. 281-282.

⁷⁶ H.-G. Gadamer (2007) *op. cit.*, p. 333.

⁷⁷ H.-G. Gadamer (2007) *op. cit.*, pp. 477-478.

⁷⁸ P. Ricoeur (1986) “art. cit.” p. 144.

intérprete, despliega para sí. Este matiz es crucial para nosotros puesto que la lectura o la recepción se convierten en un acto de apropiación o comprensión no sólo del contenido propio del texto, sino del propio sujeto en sí. Acerca de las estrategias discursivas que presenta un texto, Enrique Lynch ha explicado que la narración trae consigo dos experiencias o una doble dialéctica: “El texto genera otro discurso en el orden paradigmático, por un proceso que en el desciframiento se realiza por connotación y que consiste en la formulación de hipótesis interpretativas acerca de tensiones existentes”.⁷⁹ Este discurso paralelo fuera del propio texto debe ajustarse al orden de la sucesión en el tiempo y al orden de la causalidad en la trama narrativa.

El ‘mundo representado en el texto’, como lo llama Bajtín, es el lugar donde el autor-creador y los lectores-intérpretes participan de igual manera en la creación del mundo nuevo o posible. Sin embargo, como refiere el teórico ruso, “a pesar de que sea imposible la fusión entre el mundo representado y el creador, a pesar de la estabilidad de la frontera principal entre ellos, ambos están estrechamente ligados y se encuentran en permanente interacción”.⁸⁰ En definitiva, el lector-receptor forma parte del marco generativo del propio texto y aporta a la construcción del mismo una gran cantidad de elementos creativos, imaginarios y simbólicos, hecho que justifica la dialéctica inversa planteada. Asimismo, no podemos olvidar otra serie de factores perceptivos que influyen en la construcción del lector que aparecen en forma de preconcepciones o presuposiciones propias del individuo y su cultura con una cierta tendencia estereotipadora o, más bien, simplificadora.

Puesto que el ser del texto queda en suspense hasta que el lector configura su sentido en el acto de lectura, el lector intérprete es el que además de dar sentido y otorgar significación al texto, encadena *su* discurso al del texto, transformando el texto y a sí mismo a la vez. Tal y como refiere Paul Ricoeur, “el texto es la mediación por la cual nos comprendemos a nosotros mismos”.⁸¹ El autor refiere aquí la importancia de la hermenéutica

⁷⁹ E. Lynch (1997) *op. cit.*, p. 143.

⁸⁰ M. Bajtín (1975) *op. cit.*, p. 404.

⁸¹ P. Ricoeur (1986) “art. cit.”, p. 108.

para la comprensión y el saber humanos y, por tanto, para el conocimiento del sí y puntualiza:

“Sólo nos conocemos mediante el gran rodeo de los signos de la humanidad depositados en las obras culturales. ¿Qué sabríamos del amor y del odio, de los sentimientos éticos y, en general, de todo lo que llamamos el *yo*, si esto no hubiera sido llevado al lenguaje y articulado en la literatura?”⁸²

Asimismo, toda hermenéutica es una tentativa por dilucidar las posibles dificultades y las vaguedades del encuentro entre un emisor y un receptor que se hallan frente a frente en el texto. De esta manera, tal y como diría Ricoeur, comprender es *comprenderse ante el texto*. Es decir, se trataría no ya de imponer al texto la propia capacidad de comprender, sino de exponerse al texto y recibir de él un *yo* más vasto, que sería la proposición de una existencia que responde de la manera más apropiada a la proposición de mundo que el propio texto nos esboza.

En definitiva, nuestra lectura transforma la presencia comunicativa del objeto de la obra y nosotros somos, a su vez, modificados por ella. Cuando comprendemos una pieza, no sólo nos proyectamos a nosotros mismos, comprendiendo por referencia el sentido que esta nos ofrece, sino que al interpretarla estamos relacionando la vida del texto con nuestra propia biografía, es decir, estamos creando nuestra yoidad narrativa en el propio texto –sea éste un relato de ficción o una pieza mediática como veremos–. Para Ricoeur la narración, y en particular el lenguaje, es el único medio para alcanzar la conciencia subjetiva, unión necesaria de historia y ficción. El relato y, más concretamente, la trama narrativa son la vía privilegiada para acceder al ser. Es decir, más allá de su sentido epistemológico tiene un alcance ontológico. Como ha señalado Manuel Maceiras en la presentación de *Tiempo y narración*, “la narración se eleva a condición identificadora de la existencia temporal”⁸³ capaz de determinar, articular y aclarar la experiencia temporal. El hermeneuta, que parte de lingüística discursiva de Émile

⁸² P. Ricoeur (1986) “art. cit.”, p. 109.

⁸³ M. Maceiras en P. Ricoeur (2007) *op. cit.*, p. 26.

Benveniste, considera que todo texto tiene un sentido que va más allá del análisis estructural. Él parte de la noción de trama como operación configurante, gracias a la cual los acontecimientos se elevan a su categoría histórica o narrativa. Esta herramienta o proceso permite sintetizar lo heterogéneo y conferir inteligibilidad a la temporalidad humana y a los procesos de identificación, como ya expresamos en el capítulo II. Recordemos que para Ricoeur la identificación es eminentemente narrativa, o lo que es lo mismo, permite al sujeto identificarse en la praxis: el relato de sus actos, en el que profundizaremos a continuación.

No obstante, antes de adentrarnos en este cometido, valga mencionar que para nosotros la narrativa y la narratividad, como ya planteamos en el capítulo II, tiene un alcance epistemológico y ontológico fundamental y, por ello, no puede ser definida, exclusivamente, como un modo de expresión particular.

4.3. ESTUDIO DE LA NARRACIÓN BIOGRÁFICA

Después de haber analizado los aportes más relevantes de los tres modelos esenciales para interpretar la narración, nos sumergiremos en el análisis de la construcción biográfica, como ya anunciamos anteriormente. En primer lugar, estudiaremos las que consideramos las obras de la narración biográfica o la literatura egotista, propiamente dicha. En segundo lugar, exploraremos tres elementos clave para nosotros, en la configuración de la narración biográfica, que son el tiempo, la experiencia vital o vivencia y la memoria subjetiva. Y en tercer lugar, indagaremos en la disposición y estructuración narrativa de los relatos del *yo*.

4.3.1. Fundamentos de la literatura egotista: los relatos del yo

A partir del triunfo de las ideas liberales con la Revolución Francesa surgió el antropocentrismo moderno, que dio lugar a una serie de transformaciones en la concepción del sujeto. En este nuevo contexto, las máximas de individualidad, incomparabilidad e irrepetibilidad se adueñaron del

panorama intelectual.⁸⁴ Como ha expresado Joan Prat, con la posterior expansión del Romanticismo se produjo un “fortalecimiento orgulloso de la propia identidad del sujeto a través del subjetivismo y el vitalismo”.⁸⁵ En este clima es donde surge la necesidad de confeccionar toda una suerte de narrativas egotistas que fueran capaces de expresar las nascentes necesidades del *yo*. Para Albert Chillón, esta nueva sensibilidad realista, que él llama prosa literaria testimonial, nace en el siglo XIX, en un horizonte de cambios donde las actitudes y visiones del mundo se ven transformadas.⁸⁶ Este tipo de prosa que pertenece, según la clasificación del autor, a las narrativas facticias elabora y propone *representaciones verídicas* de la misma vida social⁸⁷ y, también, del sujeto.⁸⁸ La condición subjetiva propia de este tipo de piezas, evidencia su carácter perspectivístico. Además, permite a los creadores situarse en el mundo, y definirse para sí y para los *otros*. Así, la literatura del *yo*, también llamada prosa confesional, memorialística, escritos íntimos o egodocumentos emerge como una búsqueda, en el sentido Romántico, del propio *yo*.

4.3.1.1. Hacia una clarificación terminológica

A continuación, realizaremos un sucinto mapa de un territorio común: el llamado ‘espacio biográfico’, por Leonor Arfuch⁸⁹ o ‘espacio autobiográfico’, por Nora Catelli;⁹⁰ donde el material personal irrumpe como centro de la construcción subjetiva. Como ya hemos expresado, vivir consiste en definir y definirse por lo que los documentos biográficos se constituyen aquí como el foco de nuestra observación. Desde nuestra perspectiva, las narrativas biográficas tienden puentes entre la subjetividad expresiva de la conciencia histórica y la objetividad construida de los procesos o las estructuras,⁹¹

⁸⁴ J. Prat (2007) *op. cit.*, p. 154.

⁸⁵ *Ibidem*.

⁸⁶ A. Chillón (1999) *op. cit.*, p. 109.

⁸⁷ A. Chillón (1999) *op. cit.*, p. 107. Las ficticias proponen representaciones verosímiles.

⁸⁸ Cf. A. Gurevitch (1997) *Los orígenes del individualismo europeo*. Barcelona: Crítica; y K. J. Weintraub (1993) *La formación de la individualidad*. Madrid: Megazul Endimion.

⁸⁹ L. Arfuch (2002b) *El espacio biográfico*. Buenos Aires: FCE.

⁹⁰ N. Castelli (1991) *El espacio autobiográfico*. Barcelona: Lumen.

⁹¹ Esta idea es deudora de J. J. Pujadas (1992) *El método biográfico*. Madrid: CIS.

otorgando al sujeto el énfasis que merece como objeto de estudio esencial en la praxis antropológica y comunicativa.

Si bien es cierto que los géneros biográficos se podrían definir y catalogar en relación a muy diversas categorías, nosotros propondremos una clasificación derivada de las fuentes utilizadas: orales, escritas, o visuales. Existen otros elementos como podrían ser su naturaleza o formato, y su ámbito de extensión o alcance (privado o público; personal, familiar, profesional, comunitario o social) en los que nos detendremos aquí. Tan sólo realizaremos una breve panorámica de los tipos de egodocumentos más habituales. Dentro de la tradición oral, propiamente dicha, podríamos incluir 'géneros' como el rumor, la leyenda, la confesión, la entrevista clínica psicoanalítica o etnográfica, entre otros. En cuanto a los géneros escritos, encontramos dos bloques principalmente: los biográficos, tales como el relato de vida, el biograma, la historia de vida, la antibiografía o la etnobiografía; y los autobiográficos, como podrían ser las memorias, cartas, carnets, dietarios íntimos, *cahiers*, libros de razón o, incluso, los currículums, necrológicas o denuncias policiales. En relación a los géneros visuales o audiovisuales, los materiales analizados pueden ser o bien objetos, enmarcados en un enclave concreto, como puede ser la habitación (museo personal); las fotografías personales o familiares (álbum familiar), los vídeos o películas (*biopics* o documentales etnográficos). En Internet también podemos hallar materiales muy significativos, tales como redes sociales, blogs, fotoblogs o muros de redes sociales. A continuación describiremos aquellos géneros escritos que nos resultan más relevantes para el desarrollo de nuestro objeto, para luego explorar las nuevas formas de narración egotista desarrolladas en Internet.

A) La autobiografía y la prosa memorialística

En cuanto a una posible definición del subgénero seguiremos los aportes de los teóricos más reconocidos. Como ha expresado Paul de Man, "empírica y teóricamente, la autobiografía no se presta fácilmente a definiciones teóricas, pues cada ejemplo específico parece ser una excepción a la norma y, además,

las obras mismas parecen solaparse con géneros vecinos”.⁹² Y es que es cierto, como ha explicado George May en *La autobiografía*, que en ocasiones ésta encuentra vinculaciones con otros géneros documentales, como podrían ser la crónica o el reportaje.⁹³ La definición de Philippe Lejeune puede resultar de utilidad: “Relato retrospectivo en prosa que una persona real hace de su propia existencia, cuando pone el acento en su vida individual, concretamente en la historia de su personalidad”.⁹⁴ Sin embargo, aquí no tendrían cabida obras más centradas en los acontecimientos exteriores de la vida del protagonista, es decir, en la relación de éste con su medio, que a nuestro juicio también deberían ser consideradas autobiográficas. Para nosotros, como para George May o Anna Caballé, el énfasis no es excluyente: “El valor de la autobiografía descansa en la acertada fusión entre ambos planos, el histórico y el individual”.⁹⁵ En definitiva, como ha explicado José María Pozuelo Yvancos, el autobiográfico es un género fronterizo situado a medio camino entre las cuestiones que siempre preocuparon a la filosofía y las que vienen preocupando a los teóricos de la literatura.⁹⁶

A pesar de que para algunos investigadores, como George May, la tradición autobiográfica data de finales del siglo XVIII,⁹⁷ desde nuestra perspectiva existen una serie de obras que, sin duda, han sido el punto de partida de este género. Estamos pensando en las *Confesiones* de Agustín (354), en las que profundizaremos con detalle en el próximo apartado; *Vida* de Benvenuto Cellini (1538); la *Vida y obra de Santa Teresa de Jesús*, de Santa Teresa (1562) o los *Ensayos* de Montaigne (1580), ejemplos de que esta tendencia narrativa centrada en el sujeto tiene sus orígenes en la Antigüedad y en gran medida en las hagiografías o vidas de santos.⁹⁸ Veamos algunos

⁹² P. de Man (1991) “La autobiografía como desfiguración.” *Revista Anthropos*, 29, p. 113.

⁹³ Albert Chillón desarrolla los vínculos entre la prosa memorialística y la periodística. Cf. la primera parte de A. Chillón (1999) “Las grandes narrativas facticias y su contribución al periodismo literario moderno” en *op. cit.*, pp. 107-118.

⁹⁴ P. Lejeune (1994) *El pacto autobiográfico y otros estudios*. Madrid: Megazul Endimion.

⁹⁵ A. Caballé (1995) *Narcisos de tinta*. Málaga: Megazul Endimion, p. 46.

⁹⁶ J. M. Pozuelo Yvancos (2006) *De la autobiografía*. Barcelona: Crítica, p. 19.

⁹⁷ G. May (1982) *La autobiografía*. México: FCE, p. 25.

⁹⁸ Véanse las innumerables autobiografías espirituales entre las que podemos destacar: *El peregrino. Autobiografía de San Ignacio de Loyola*, de San Ignacio de Loyola (1990); *Vida y visiones de Hildegard von Bingen*, editado por Victoria Cirlot (2001); o *Historia de un alma*.

fragmentos de alguna de estas piezas para apreciar su estilo eminentemente autobiográfico. Comencemos con Agustín que evidencia un claro tono subjetivo en el capítulo VI de su libro IV de *Las confesiones*:

“No es ahora el momento de planear cuestiones, sino de hacerte mi confesión. Yo era desgraciado, como es desgraciado todo aquel que está prisionero del amor de las cosas mortales y se siente hacer pedazos cuando las pierde, y entonces experimenta una desdicha que le hace desgraciado aun antes de que las pierda”.⁹⁹

A continuación, expondremos un fragmento de la *Vida* de Benvenuto Cellini, para quien “todos los hombres de cualquier condición que hayan hecho algo que se virtuoso o que realmente a la virtud se asemeje, deberían escribir veraz y honestamente su vida por su propia mano”.¹⁰⁰ Tampoco podemos olvidar el impulso del nuevo espíritu humanista promovido por Michel de Montaigne en sus *Ensayos*. Recordemos que en el Renacimiento comienza el auge de la afirmación absoluta de los valores de la personalidad individual o el culto a la inmanencia del hombre como sujeto y objeto de su propia experiencia. El asentamiento de una serie de condiciones culturales y metafísicas son las que posibilitan el proceso autobiográfico que se consolidará años más tarde. En sus *Ensayos*, término que él mismo acuñó, Montaigne se pregunta “qué soy”, y para responder a ello otorga primacía al mundo interior sin negar o excluir el exterior. Maticemos que este tipo de prosa testimonial que el autor inaugura no se centra en la vida propiamente dicha, sino en el descubrimiento de la propia identidad¹⁰¹ de un modo introspectivo. Ya que el *yo* es el único fundamento de su existencia, la escritura es una experiencia del *yo* para el *yo*. Su forma fragmentaria y abierta es una exposición clara y absoluta de la subjetividad. Escrita en un tiempo absoluto y único (la ucronía) y en un espacio único, el de la escritura (la utopía); los *Ensayos* transitan entre la mirada interior y la observación exterior:

Manuscritos autobiográficos de Teresa de Liseux (1989). Para profundizar, cf. J. Prat (2007) *op. cit.*

⁹⁹ San Agustín (2003) *op. cit.*, l. IV, cap. VI, p. 94.

¹⁰⁰ B. Cellini (2007) *Vida*. Madrid: Cátedra.

¹⁰¹ A. Chillón (1999) *op. cit.*, p. 120.

“Los sentidos son nuestros propios y primero jueces, pues sólo perciben las cosas por los hechos exteriores. Y no es de extrañar que en todos los aspectos del servicio de nuestra sociedad, haya una mezcla tan continua y general de ceremonias y apariencias superficiales, hasta el punto de que la mejor parte y más efectiva de las sociedades consiste en eso”.¹⁰²

Aunque algunos autores como May o Lejeune consideran que el género autobiográfico se consolidó tras *Las confesiones* de Jean-Jacques Rousseau (1782-1789), nosotros apoyamos la propuesta mayoritaria, según la cual la obra posterior, *Poesía y verdad*, de Johann Wolfgang Von Goethe (1811) es el primer texto plenamente moderno,¹⁰³ ya que en él su autor busca el sentido tanto de su obra como de su propia existencia. No obstante, el texto de Jean-Jacques Rousseau apuesta por un elemento novedoso respecto a las anteriores, que no es más que una pronunciada toma de conciencia egotista. Rousseau predica su singularidad, hasta el momento interior, y la transforma en un deseo de revelación exterior, que se puede apreciar muy bien en este fragmento con el que inicia su tarea: “Emprendo una obra de la que no hubo jamás ejemplo y cuya realización no tendrá imitadores. Quiero mostrar a mis semejantes a un hombre en toda la verdad de la naturaleza y ese hombre seré yo”.¹⁰⁴ Esta necesidad por enseñarse a los *otros* en su desnudez absoluta fue, sin duda, la impronta en la que estriba la genialidad de sus *Confesiones*. Por su parte, el Goethe autobiográfico contempla su ser no sólo como objeto de reflexión, sino como testigo de sí mismo capaz de autocuestionar su propia verdad como puede evidenciarse en el siguiente fragmento: “Ciertamente tienen que ocurrir cosas muy extrañas para que una juventud carente de planes y que ya de por sí termina tan fácilmente desorientada, se vea impulsada a tomar un camino equivocado por culpa de un error apasionado en la vejez”.¹⁰⁵ Aquí podemos observar la

¹⁰² M. Montaigne (1992) *Los ensayos*. Madrid: Cátedra, p. 178.

¹⁰³ J. Prat (2007) *op. cit.*, p. 157. Fue considerada paradigmática ya que “supera todas las tradiciones anteriores y marca la pauta de las tendencias futuras.” Véase la introducción de Rosa Sala en J. W. Goethe (1999) *Poesía y verdad*. Barcelona: Alba Editorial, p. 17.

¹⁰⁴ J.-J. Rousseau (2008) *Las confesiones*. Madrid: Alianza, p. 27.

¹⁰⁵ J. W. Goethe (1999) *op. cit.*, p. 819.

conciencia retrospectiva del autor y su modo de mostrarse a los *otros* incluso con sus contradicciones. Como ha expuesto Joan Prat:

“El autobiógrafo intenta, pues, objetivarse y exhibirse como objeto hacia los otros, y la autobiografía se convierte en una de las formas de las que alguien dispone para demostrar a los demás aquello que realmente es o, mejor, aquello que piensa que es o que le gustaría ser”.¹⁰⁶

Después de la paradigmática obra de Goethe se publicaron otras de gran relevancia a lo largo del siglo XIX, entre las que podríamos citar: *Histoire de ma Vie*, también conocida como *Memorias de Casanova*, de Giacomo Casanova (1790-1798); *Confesiones de un inglés comedor de opio*, de Thomas de Quincey (1822); *Memorias de Ultratumba*, de François-René de Chateaubriand (1848); o *Autobiography* de John Stuart Mill (1873). Ya en el siglo XX, la tradición autobiográfica recibió un notorio impulso, como ha expresado Albert Chillón, y comenzó a transitar desde la narración interior del personaje hacia su entorno exterior, aportando cada vez más elementos propios del contexto social y cultural del autor. Es el caso de piezas como *The education of Henry Adams*, de Henry Adams (1918); *Moi university*, de Maxim Gorki (1923); *Si le grain ne meurt*, de André Gide (1924); *The Autobiography of Alice B. Toklas*, de Gertrude Stein (1933); *Automoribundia*, de Ramón Gómez de la Serna (1948); *Los pasos contados*, de Corpus Barga (1963); o *Antes de que anochezca*, de Reinaldo Arenas (1992), por citar sólo unas pocas. En cuanto a la tradición memorialística, quizás más centrada en la vivencia de los acontecimientos o en la vida social¹⁰⁷ cabría destacar como ejemplos clave: *Mémoires*, de André Maurois (1942); *Del llum de gas al llum elèctric*, de Carles Soldevila (1951); *Memòries*, de Josep Maria de Sagarra (1954);¹⁰⁸ *Mémoires d'une jeune fille rangée*, de Simone de Beauvoir (1958); o las conocidas *Confieso que he vivido*, de Pablo Neruda (1974); *Infancia en*

¹⁰⁶ J. Prat (2007) *op. cit.*, p. 157. Esta propuesta recuerda a las tres imágenes de Castilla del Pino y José Luis Aranguren, ya expresadas en el capítulo II.

¹⁰⁷ Consideramos cuestionables las fronteras entre ambos subgéneros.

¹⁰⁸ Para profundizar en el panorama catalán véanse las obras de F. Espinet i Burunat (1997) *Noticia, imatge, simulacre*. Bellaterra: UAB; y (1997) “Un corpus de ‘historias de vida’ catalanas del siglo XX.” *UEB*, 2, Barcelona, 27-38.

Berlín, hacia 1900, de Walter Benjamín (1982); *Mi último suspiro*, de Luis Buñuel (1983); *Sueños en el umbral. Memorias de una niña del harén*, de Fatima Mernissi (1997); o la autobiografía póstuma de Steven Zweig, *El mundo de ayer: memorias de un Europeo* (2001), entre muchas otras.

Wilhem Dilthey es quien, quizás, ha profundizado mejor en los fundamentos ontológicos de la autobiografía y la considera la forma de expresión “suprema y más instructiva en la que nos sale al encuentro la comprensión de la vida”.¹⁰⁹ El curso vital aparece así bosquejado por su propio protagonista que es capaz de captar su desarrollo mirando hacia atrás y su configuración proyectándose hacia delante. Para el hermeneuta, la autobiografía es el modelo más primigenio de comprensión, ya que circula desde la subjetividad interior hacia la realidad exterior mediante un rodeo significativo, y retorna hacia la interioridad.¹¹⁰ Desde esta perspectiva, toda comprensión del *yo* o interpretación subjetiva es autorreflexiva y está destinada a justificar a su autor ante el público, o ante sí mismo.¹¹¹ Este proceso de autorreflexión (*selbstbesinnung*) es también una de las claves de la propuesta comprensiva de Gadamer;¹¹² de la identidad narrativa de Ricoeur¹¹³ o de la hermenéutica del sí de Michel Foucault.¹¹⁴ Para Dilthey el texto vital y la trama de las vivencias facilitan la comprensión de la propia vida, como un desarrollo global o una suerte de modo distintivo que constituirá la base de las identificaciones individuales. El autor propone la autobiografía como las raíces de todo ‘captar histórico’,¹¹⁵ entendido éste como posibilidad de configuración significativa, ya que el texto autobiográfico queda determinado por la conexión entre acontecimientos separados por el tiempo. Es decir, una historia de vida compuesta de diferentes acontecimientos encuentra su eje estructurador en la relación y en la coherencia interna entre unos y otros.¹¹⁶ Durante los últimos años, la

¹⁰⁹ W. Dilthey (2000) *op. cit.*, p. 137.

¹¹⁰ W. Dilthey (2000) *op. cit.*, p. 143.

¹¹¹ W. Dilthey (2000) *op. cit.*, p. 145.

¹¹² H.-G. Gadamer (2007) *op. cit.*

¹¹³ Cf. P. Ricoeur (1996) *op. cit.*

¹¹⁴ Cf. M. Foucault (1982) “La hermenéutica del sujeto” y (1983) “La escritura de sí” en (1999) *Estética, ética y hermenéutica*. Barcelona: Paidós.

¹¹⁵ W. Dilthey (2000) *op. cit.*, p. 147.

¹¹⁶ W. Dilthey (2000) *op. cit.*, pp. 146-147.

literatura egotista ha tenido un gran auge¹¹⁷ que quizás se deba a la ausencia de metarrelatos o metadiscursos en los que el sujeto pueda encauzar su proyecto vital. Como veremos en el capítulo VI, la literatura del *yo*, al igual que los programas televisivos o radiofónicos de confesiones,¹¹⁸ responde al narcisismo propio de la posmodernidad. Nos estamos refiriendo a los clásicos *talkshows* o a los llamados *reality formats*, *factual formats* o, en castellano, programas de telerrealidad. Es decir, a aquellos géneros testimoniales que reproducen experiencias vitales reales con protagonistas reales.

B) Los diarios, dietarios íntimos, carnets y *cahiers*

Este tipo de piezas es más heterogéneo de lo que suele pensar, como ha expresado Albert Chillón, y surge como una necesidad comunicativa del nuevo sujeto del siglo XVIII.¹¹⁹ La esfera íntima aflora en pleno Romanticismo y los ejercicios de recuerdo y recapitulación diaria se convierten a lo largo del siglo XX en una costumbre habitual, incluso potenciada desde la conocida escritura automática psicoanalítica freudiana. Los dietarios íntimos emergen como un valiosísimo testimonio de la vida cotidiana donde se mezclan elementos propios de la personalidad del autor con las costumbres propias de una época y una cultura.¹²⁰ Henri-Frédéric Amiel fue quizás uno de los precursores de la empresa dietarista, que ocupó más de 30 años en la

¹¹⁷ Sólo hay que observar, como señala Joan Prat, la cantidad de publicaciones anuales y las innumerables colecciones editoriales dedicadas exclusivamente al tema. *Espejo de España*, de Editorial Planeta; *Biografías y Memorias*, de Espasa-Calpe o Plaza & Janés; *Memorama*, de Ediciones B; o *Tiempo de Memoria*, de Tusquets son sólo algunas de las que cita el investigador. J. Prat (2007) *op. cit.*, p 163.

¹¹⁸ Para profundizar en estos formatos cf. W. Munson (1993) *All Talk*. Filadelfia, PA: Temple Universtiy Press; G. Scott (1996) *Can We Talk?* Nueva York, NY: Insights; J. Peck (1995) "TV Talk Shows as Therapeutic Discourse." *Communication Theory*, 5(1), 58-81; y J. Shattuc (1997) *The Talking Culture*. Nueva York, NY: Routledge. Sobre telerrealidad cf. R. Kilborn (2003) *Staging the Real*. Mánchester: Manchester University Press; A. Hill (2005) *Reality TV*. Londres: Routledge; B. León (2009) *Telerrealidad*. Sevilla: Comunicación Social; J. Corner (2002) "Performing the Real: Documentary Diversions." *TV and New Media*, 3(3), 255-259. A. Biressi y H. Nunn (2005) *Reality TV*. Londres: Wallflower Press; F. Rodríguez (1997) *Perversiones televisivas*. Madrid: Instituto Oficial de RTVE; y G. Fabián Orza (2000) *Formatos clonados*. Tesis de Maestría. Bellaterra: UAB.

¹¹⁹ Cf. A. Girard (1963) *Le journal intime*. París: PUF; y B. Didier (1976) *Le journal intime*. París: PUF.

¹²⁰ Para profundizar, cf. P. Lejeune y C. Bogaert (2003) *Un journal à soi*. París: Textuel; y M. Alberca (2000) *La escritura invisible*. Oiartzun: Sendoa.

redacción de su diario de 16.900 páginas. Ahora bien, dentro de la prosa testimonial podemos encontrar diversas variantes entre las que podemos destacar piezas más centradas en el testimonio externo, es decir, en el entorno, como son los diarios externos y las crónicas cotidianas;¹²¹ o textos más enfocados hacia el trabajo del autor, es decir, en los testimonios intelectuales, como serían los *carnets* y *cahiers*. Entre los innumerables ejemplos de este tipo de relatos podemos citar el clásico *Cahiers 1716-1755* de Montesquieu; el *Journal* de André Gide (1889-1939); el *Diario íntimo* de Miguel de Unamuno (1902); los *Cahiers* de Paul Valéry (1957-1961); El archiconocido *Het Achterhuis* de Anne Frank (1947); o El *Livro do Desassossego* de Fernando Pessoa (1961). Todos ellos tienen gran valor documental, ya que permiten observar la vida cotidiana y social de sus autores más allá de su personalidad.¹²² La necesidad del sujeto por conocerse se transformará con las nuevas tecnologías, como veremos en el apartado 4.4.3.1.

C) La biografía: el yo visto por el tú

Tal y como ha expresado Philip Lejeune, escribir y publicar el relato de la propia vida es un privilegio de las clases dominantes al que no pueden acceder normalmente los pobres.¹²³ Del mismo modo, cuando un escritor de renombre se dedica a escribir el relato vital de otro, bien sea por encargo o como aventura independiente, suele escoger a personajes de la esfera pública, sean estos políticos, artistas, escritores o famosos de toda índole. Recordemos que el subgénero tiene larga tradición y bien puede ser fruto de dos fuentes previas más antiguas, a saber la historiografía y los elogios. Ambas fuentes se inscriben dentro de lo que la preceptiva retórica denominaba *genus demonstrativum*, es decir, género demostrativo o

¹²¹ A. Chillón (1999) *op. cit.*, p. 116.

¹²² Véase el interesante estudio de A. Caballé y J. Bonet (2000) *Mi vida es mía*. Barcelona: Plaza & Janés.

¹²³ P. Lejeune (1994) *op. cit.*, p. 313.

epidíctico.¹²⁴ Ya en la Antigüedad podemos hallar los primeros indicios u obras biográficas dedicadas a personajes públicos. Se podría pensar que el desarrollo de la biografía se inicia a principios de la época helenística, entre finales del siglo IV y mitad del siglo III con la primera generación de biógrafos de Alejandro Magno, cuyas obras no nos han llegado.¹²⁵ Entre las piezas publicadas podríamos considerar la primera biografía la *Ciropedia* de Jenofonte, que puede situarse hacia mediados del siglo IV a. C. Esta pieza es de difícil clasificación, ya que posee elementos propios de la novela histórica, pero también muestra aspectos que la hacen merecedora de ser considerada como un precedente del género que nos ocupa.¹²⁶ Siglos más tarde podemos hallar otra serie de piezas que sitúan los orígenes del subgénero como las *Vidas* de Cornelio Nepote, publicadas hacia el siglo I a. C.;¹²⁷ las *Vidas Paralelas* de Plutarco (107);¹²⁸ *Las vidas de los doce Césares* de Suetonio Tranquilo (121);¹²⁹ o *Anábasis de Alejandro Magno* de Arriano (130).¹³⁰ Todas ellas son piezas que contienen breves semblanzas o biografías de diversos personajes de la vida pública con un tono didáctico y moralizante. A una época más tardía pertenecen las obras de Eusebio de Cesarea, *Vida de Constantino* (340), narrada con el estilo encomiástico de los panegíricos;¹³¹ y la de Procopio de Cesarea, *Historia secreta* (550),¹³² donde el autor comenta

¹²⁴ Agradecemos los comentarios del Catedrático de Latín Pedro J. Barroso, que nos han sido de utilidad para acercarnos a los precedentes de este subgénero.

¹²⁵ Probablemente los autores de las primeras biografías de Alejandro –como Calístenes de Olinto, Cares de Mitilene, Tolomeo, Aristobulo, Clitarco, Efipo de Olinto, Onesícrito de Astipalea, que no han llegado hasta nosotros o de los que sólo se conservan escasísimos fragmentos–, junto con los rasgos de carácter y las hazañas del gran conquistador, empezaron ya a introducir en sus relatos elementos que señalaban al personaje como a alguien fuera de lo común, por lo que a los rasgos y situaciones puramente descriptivos y a los tópicos encomiásticos que configuraron inicialmente este subgénero, empezaron a añadir pasajes sorprendentes, exóticos y fantásticos, detalles pintorescos, descripciones fabulosas, y hasta chismes variados que sus herederos conservaron y desarrollaron.

¹²⁶ Jenofonte (2000) *Ciropedia*. Madrid: Gredos.

¹²⁷ Cf. Cornelio Neoponte (2002) *Vidas*. Madrid: Gredos.

¹²⁸ Cf. Plutarco (2001) *Vidas paralelas*. Madrid: Gredos.

¹²⁹ Cf. C. Suetonio (1990) *Vida de los doce Césares*. Madrid: CSIC.

¹³⁰ L. F. Arriano (2001) *Anábasis de Alejandro Magno*. Madrid: Gredos. De esta época también son los textos de Q. Curcio Rufo (2001) *Historia de Alejandro Magno*. Madrid: Gredos; Filóstrato (1979) *Vida de Apolonio de Tiana*. Madrid: Gredos; (2002) *Vidas de los sofistas*. Madrid: Gredos; y Diógenes Laercio (2007) *Vidas de los filósofos ilustres*. Madrid: Alianza. Del siglo III de nuestra era destacamos Pseudo-Calístenes (1977) *Vida y hazañas de Alejandro de Macedonia*. Madrid: Gredos.

¹³¹ E. de Cesarea (1994) *Vida de Constantino*. Madrid: Gredos.

¹³² P. de Cesarea (2000) *Historia secreta*. Madrid: Gredos.

las actuaciones y los rasgos de importantes personajes de la corte y, sobre todo, de Justiniano y de su esposa Teodora. Hay otros muchos autores, tanto de la Antigüedad como de la Edad Media, que escribieron biografías con un sentido más o menos histórico o con una intención más o menos moralizante. Entre ellos podemos relacionar a Isidoro de Sevilla, con su *De viris illustribus*; y Álvaro de Córdoba, con su *Vita Eulogii*, del ámbito latino; o Leoncio de Neápolis, con su *Vida de San Simeón el Loco* del ámbito bizantino.

Siglos más tarde, ya en el Renacimiento, la biografía comenzó a concebirse como el estudio centrado en personajes ilustres en su individualidad. Estamos pensando, por ejemplo, en las conocidas biografías de Giovanni Boccaccio o la de Nicolás Maquiavelo. Este género que tuvo gran auge en el Romanticismo transita desde entonces entre la literariedad y el enciclopedismo propio del positivismo del siglo XIX. Para James C. Davis e Isabel Burdiel, la obra que marcó la ‘edad de oro de la biografía’¹³³ es *Victorians eminentes* de Lytton Strachey, publicada en 1918. Esta obra enseguida pasó a considerarse de gran popularidad. El miembro del conocido círculo de Bloomsbury¹³⁴ se centra tan sólo en los aspectos más relevantes de la vida del biografiado y selecciona de manera subjetiva aquello que merece más la pena contar, técnica desconocida hasta el momento. Además, se detiene en los aspectos psicológicos de los personajes y profundiza en sus sueños, deseos o inquietudes, tendencia hasta entonces poco habitual. En definitiva, el gran aporte de este texto es su carácter interpretativo, ya que tal y como expresa Strachey en su prefacio, su intención ha sido la de “ilustrar antes que explicar”.¹³⁵ De modo que el autor trata de elucidar aspectos de la vida del biografiado reconociendo su perspectiva subjetiva mediante recursos literarios. Así, ambos –sujeto y objeto, biógrafo y biografiado– se convierten en partes esenciales del proceso de análisis.

Podríamos considerar que tras la obra de Strachey, el género tuvo un gran impulso que parece se mantiene en nuestros días. Así, nace la figura del biógrafo, un reconocido escritor que consagra su vida a la de otros. Entre

¹³³ J. C. Davis e I. Burdiel (eds.) (2005) *El Otro, el mismo*. Valencia: UV, p. 11.

¹³⁴ Cf. L. Edel (1992) *Bloomsbury: Una guarida de leones*. Madrid: Alianza.

¹³⁵ S. Lytton (1948) *Eminent Victorians*. Harmondsworth: Penguin Books.

ellos podríamos destacar a Emil Ludwig y algunas de sus incontables piezas como *Goethe* (1928); *Otelo* (1948) y obras colectivas como *Tres titanes: Miguel Ángel, Rembrandt, Beethoven*, (1989). Stefan Zweig, el escritor austríaco también se ha dedicado a realizar numerosas biografías de personajes como *Maria Antonieta* (1932); *Erasmus de Rotterdam* (1934) o *Tolstoy* (1948). André Maurois, el ensayista francés, también ha escrito numerosos textos, entre los que destacamos: *Frédéric Chopin* (1942), *Adrienne ou la vie de Madame de la Fayette* (1961), *En busca de Marcel Proust* (1967) o *Lord Byron* (1989). En definitiva, el culto al yo, sujeto u objeto de la pieza literaria, se ha constituido como uno de los géneros más visitados en nuestro tiempo, hecho que explicará el auge posterior de narrativas egotistas en Internet.¹³⁶

D) Las historias de vida

Si algo tienen en común las biografías que acabamos de presentar es que todas se dedican a personajes de la esfera pública que han pasado a la historia por sus hazañas, sus aportes artísticos o intelectuales o por su excéntrica personalidad. Sin embargo, es bastante más complicado encontrar biografías dedicadas a ciudadanos anónimos o pertenecientes a las llamadas clases populares. No obstante, la sociología y, sobre todo, la antropología, desde sus inicios, nacen como disciplinas que “dan voz a los sin voz”¹³⁷ y, muy habitualmente, se centran en el estudio de aquellos personajes que se encuentran en los márgenes. Precisamente la antropología cultural se dedica al estudio del *ethnos*, es decir, de los *otros*, bien sean los indígenas o los pobres. Estos otros son los dominados, los oprimidos o los ciudadanos ‘sin nombre’. A este respecto, el estudio de los diferentes sujetos o grupos sociales desde una perspectiva psíquica o estructural ha sido objeto de la antropología y especialmente del método biográfico. Los pueblos o personajes exóticos fueron los focos de observación de esta disciplina

¹³⁶ Tan sólo hay que echar un vistazo a las innumerables publicaciones egotistas del año 2010 para dar cuenta de ello.

¹³⁷ J. Prat (2007) *op. cit.*, p. 201.

centrada, sobre todo, antes de la descolonización,¹³⁸ en el estudio de los niños lobos, los indios de las praderas, los primitivos chamanes o los indígenas. De hecho, entre las primeras piezas que aparecen en las compilaciones sobre el método biográfico, como han señalado algunos autores, los indios de las praderas fueron los primeros en ser protagonistas de estas biografías.¹³⁹

La noción *life history* (narración biográfica) comenzó a utilizarse, según G. Duncan Mitchel, tras la aparición de la obra de William L. Thomas y Florian Znaniecki, *The Polish Peasant in Europe and America*, en 1925. Este término hacía alusión a la recolección de la narrativa de una persona por un investigador y su posterior elaboración. Además se incluía el conjunto de registros documentales y entrevistas a personas del entorno social del informante que permitieran completar y validar el relato inicial. No fue hasta años más tarde que apareció la noción de *life story* o historia de vida, que se utilizaba para referir un tipo de relato personal que podía ser publicado sin retoques ni elaboraciones previas, conservando las particularidades lingüísticas y mayor fuerza testimonial.¹⁴⁰ Sin entretenernos en la variada y difusa delimitación terminológica acerca del término, sin duda preferimos la definición propuesta por Juan José Pujadas en *El método biográfico*. Para él, la historia de vida es un estudio de caso de una persona dada, comprendiendo su relato de vida o cualquier otro tipo de información o documentación adicional que permita la reconstrucción de la biografía de la forma más exhaustiva y objetiva posible.¹⁴¹ A continuación, señalaremos la importancia del método en el estudio del sujeto y la sociedad y analizaremos las características esenciales de este tipo de narrativa testimonial.

¹³⁸ Claude Lévi-Strauss escribió un artículo en el que se cuestiona que pasará con esta ciencia tras la descolonización. Cf. C. Lévi-Strauss (2008) "¿La antropología en peligro de muerte?" *El Correo de la Unesco*, 5, 39-46. Marc Augé llamó a este momento clave la muerte del exotismo. Cf. M. Augé (1996) *El sentido de los otros*. Barcelona: Paidós. Los autores se refieren al cambio de paradigma en el objeto de la antropología y se cuestionan qué pasará tras la descolonización: ¿Si no hay colonizados a quién se estudiará?

¹³⁹ Cf. J. J. Pujadas (1992) *op. cit.*; y C. Feixa (2000) "La imaginació autobiogràfica." *L'avenç*, 252, Barcelona, 16-27. Entre las historias de vida más conocidas están la del indio Gerónimo; el sioux Sittin Bull y Alce Negro, chamán sioux. Cf. S. M. Barrett (1975) *Gerónimo*. Barcelona: Grijalbo; B. Dubant (1996) *Sitting Bull*. Palma de Mallorca: José J. De Olañeta Editor; y J. G. Neihardt (1998) *Alce negro habla*. Palma de Mallorca: José J. De Olañeta Editor.

¹⁴⁰ G. Duncan Mitchell (1988) *Historia de la sociología*. Barcelona: Labor, pp. 247-248.

¹⁴¹ J. J. Pujadas (1992) *op. cit.*, p. 13.

El uso de relatos personales como método de investigación y reflexión por parte de historiadores y antropólogos, pero también, y principalmente, por parte de sociólogos, psicólogos e, incluso, literatos tiene una larga tradición. Como señalan Georg Misch¹⁴² y Paul Thompson,¹⁴³ el método biográfico nace con fines científicos con los trabajos de los primeros historiadores y sociólogos, y se remonta a finales del siglo XIX con la obra de Rufus Anderson, titulada *Memoir of Catherine Brown a Christian Indian of the Cherokee Nation*,¹⁴⁴ y sobre todo, con los textos de Frédéric Le Play (1855)¹⁴⁵ y Charles Booth (1892-1902).¹⁴⁶ Además, tuvo su aparición, como ha subrayado Jan Szczepanski, en un momento significativo: “Cuando los sociólogos renunciaron a la creación de grandes síntesis que explican en su conjunto la naturaleza de la sociedad humana y las leyes generales de su desarrollo y procedieron a la exploración empírica de cada una de las zonas de la vida social”.¹⁴⁷ Una de las primeras investigaciones que evidenciaron esta tendencia sociológica, que transitó de la mera descripción de hechos a la comprobación de hipótesis y teorías, y quizás por ello se dice que fue el verdadero punto de inflexión del método, fue la ya citada crónica de éxodos sobre el campesinado polaco de William L. Thomas y Florian Znaniecki.¹⁴⁸ La trascendencia y singularidad de esta obra respecto a las anteriores se debe a su concepción ontológica de la realidad y a su énfasis en la conexión sistémica entre lo social y lo individual. Para los investigadores de la Escuela de Chicago, “la realidad que el sociólogo ha de investigar se compone igual de valores culturales objetivos y de valoraciones subjetivas (actitudes) de la persona individual”.¹⁴⁹ De hecho, para que los objetos naturales se conviertan en culturales, las personalidades individuales han de otorgarles, con sus actos subjetivos significado para las finalidades humanas.

¹⁴² Cf. G. Misch (1951) *A History of Autobiography in Antiquity*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

¹⁴³ Cf. P. Thompson (1988) *La voz del pasado*. Valencia: Institución Alfonso el Magnánimo.

¹⁴⁴ R. Anderson (1825) *Memoir of Catherine Brown a Christian Indian of the Cherokee Nation*. Nueva York, NY: J. P. Haven.

¹⁴⁵ P. G. F. Le Play (1855) *Les ouvriers européens*. París: Imprimerie Impériale.

¹⁴⁶ Ch. Booth (1903) *Life and Labour of the People of London*. Londres: Macmillan.

¹⁴⁷ J. Szczepanski (1978) “El método biográfico.” *Papers*, 10, Bellaterra, 231-259.

¹⁴⁸ W. Thomas y F. Znaniecki (2004) *El campesino polaco en Europa y en América*. Madrid: CIS.

¹⁴⁹ J. Szczepanski (1978) “art. cit.”, p. 244.

La Escuela de Chicago centró su foco de análisis en temáticas marginales urbanas, y así los primeros colonizados fueron sustituidos por los nuevos *otros*, dominados o excluidos socialmente, tales como los sin-techo, los delincuentes, los pobres, las mujeres trabajadoras, los drogadictos, los inmigrantes...¹⁵⁰ Entre algunas de las piezas más significativas, herederas de la tradición crítica de Chicago podemos hallar las siguientes: *The Hobo, the Sociology of the Homeless Man*, de Nels Anderson (1923); *The Jack Roller. A Delinquent Boy's Own Story*, de Clifford Shaw (1930); el famoso relato cruzado de Oscar Lewis, *Los hijos de Sánchez* (1961); *La canción de Rachel*, de Miguel Barnet (1979); *Tante Suzanne*, de Maurizio Catani, (1982); *A tumba abierta. Autobiografía de un grifota*, de Oriol Romaní (1983); *La prostitución popular*, de Pere Negre (1988) e *Inmigrantes en España: vidas y experiencias*, de Eugenia Ramírez (1996), entre muchas otras.

Pero el método biográfico no sólo ha sido utilizado, únicamente, desde la antropología o la sociología, sino también ha sido empleado por numerosos psicólogos. Recordemos los primeros e influyentes trabajos de Charlotte Buhler,¹⁵¹ por ejemplo. Y es que con razón ha sido asemejado al método psicoanalítico, ya que no podemos olvidar que las historias de vida y, en general, todas las entrevistas medianamente serias tienen como base implícita el dialogismo bajtiano, como veremos. De hecho, una historia de vida es un diálogo lleno de matices y detalles entre dos subjetividades: un observador y un observado (investigador e informante), entre un informante y sus recuerdos (reencuentro con su pasado y su memoria) y entre un informante y su entorno social (una vez publicada la historia de vida pasa a ser conocida por la sociedad).

Tampoco podemos olvidar que la historia de vida favorece la capacidad heteroglósica humana de hacer hablar a través de diversas voces no sólo del pasado propio, sino del pasado cultural o social del entorno o del grupo de pertenencia del informante. De manera que construyen la memoria compartida, en la que profundizaremos más adelante.

¹⁵⁰ J. Prat (2007) *op. cit.*, pp. 213-236.

¹⁵¹ C. Buhler (1930) "Personality Types Based on Experiments with Children". Informe presentado en el IX Congreso Internacional de Psicología. New Haven, CT.

Ya desde finales de los treinta, desde una perspectiva psicológica se desarrollaron los llamados ‘estudios de vida’¹⁵² que trataban de comprender y analizar problemas concretos a través de entrevistas a muestras pequeñas de sujetos. Algunos años después, Gordon W. Allport en *The Use of Personal Documents in Psychological Science* (1942) analizaba las perspectivas nemotécnicas e ideográficas en profundidad.

4.3.1.2. Presupuestos teóricos de las narrativas biográficas

Para finalizar esta breve aproximación a los géneros biográficos, que sin duda nos permite alumbrar diferentes aspectos de nuestro objeto de estudio, señalaremos los que a nuestro juicio son los elementos teóricos clave que caracterizan a este tipo de narrativas centradas en la subjetividad. Partiremos de cinco presupuestos que desarrollamos a continuación:

1) *La alteridad está siempre presente en el relato biográfico.* Esta premisa parte del conocido ‘dialogismo’ propuesto por el teórico ruso, Mijail Bajtín, y para nosotros es indispensable. La concepción bajtiana del sujeto habitado por la otredad explicaría bien la presencia inmanente del *otro* en el propio discurso y la intuición de su posible respuesta aún cuando el enunciado no haya sido pronunciado. Como la llamaría Bajtín, esta ‘dialogización interna’ de la palabra –es decir, su tendencia hacia fuera de sí misma– explica la necesidad de estudiarla en su orientación hacia el exterior. Desde nuestra perspectiva toda obra¹⁵³ desde el momento en que es construida para ser leída, está orientada a su exterior, es decir, hacia su lector-intérprete. Por ello es crucial estudiar el texto hacia fuera, desde sus instancias de creación: autor-creador, primero, y lector-intérprete, después; hasta las que lo componen (narrador y personajes). Como ha puntualizado el teórico ruso, las piezas se constituyen lingüísticamente gracias a múltiples voces: “El lenguaje no es un medio natural que pasa fácil y libremente a ser

¹⁵² Cf. C. Kluckhohn (1945) “The Personal Document in Anthropological Science” en L. Gottschalk *et al.* (eds.) *The Use of Personal Documents in History, Anthropology and Sociology*. Nueva York, NY: Social Science Research Council, pp. 77-173.

¹⁵³ La historia de vida es una tentativa de creación total y responde al impulso natural de la búsqueda de unidad y por ello la consideramos una obra en sí.

propiedad intencional del hablante: está poblado y superpoblado de intenciones ajenas. La apropiación del mismo, su subordinación a las intenciones y acentos propios, es un proceso difícil y complejo”.¹⁵⁴ El investigador ha referido en *Estética de la creación verbal* que “cada momento de una obra se nos presenta como reacción del autor, que abarca tanto el objeto mismo como la reacción del personaje frente al objeto”.¹⁵⁵ La instancia creadora debe construir la acción misma y construir a los sujetos.

En este sentido, el clásico concepto de ‘polifonía’ de Bajtín ilustra bastante bien la característica plural del texto conformado por una multitud de voces que se hibridan o se imbrican dando lugar a un relato estable.¹⁵⁶ Recordemos que posteriormente Julia Kristeva acuñará la noción de ‘intertextualidad’¹⁵⁷ a partir de las intuiciones dialógicas bajtianas. Para ella, todo texto está compuesto de otros textos.¹⁵⁸ No habrá, por lo tanto, al producirse un enunciado una voz propia, sino una pluralidad de voces ajenas que terminan habitando la propia voz. Esta urdimbre de historias ajenas y propias, de experiencias vividas o escuchadas permiten al autor crear los textos que, como diría Roland Barthes, son tejidos formalmente ilimitados de citas tomadas de innumerables conjuntos de culturas anteriores y circundantes.¹⁵⁹ El sujeto tomará ideas de otros textos y otras personas, y mediante la adquisición de un bagaje de narraciones creará las suyas propias. Tampoco habrá un *yo* solo o único frente al espejo o frente al público, sino una multiplicidad y una multitud de otros reflejados en ese *yo*. De la misma manera, el fluir mismo de la comunicación en una lengua vernácula termina suponiendo la pluralidad de una serie de lenguas (heterogloxia), que remite a

¹⁵⁴ M. Bajtín (1975) *op. cit.*, p. 111.

¹⁵⁵ M. Bajtín (1982) *op. cit.*, p. 13.

¹⁵⁶ Sobre el concepto de polifonía véase también la perspectiva de O. Ducrot (1972) *Dire et ne pas dire*. París: Hermann.

¹⁵⁷ El concepto de intertextualidad, que no es más que una ampliación del de polifonía, se ha convertido en una herramienta esencial en los análisis lingüísticos o la narratología y ha sido utilizado o reinterpretado por diversos teóricos entre los que cabe destacar a los franceses Michel Riffaterre, Lucien Dällenbach, Gérard Genette o Cesare Segre. También desde la semiótica estética (Iuri Lotman o Ernst Gombrich) o la semiótica de la comunicación (Umberto Eco, Lamberto Pignotti o Roland Barthes) se ha apreciado el alcance de la polifonía en el estudio del texto literario y de la trama comunicativa humana, en general.

¹⁵⁸ Cf. el artículo donde inicia su reflexión sobre el término: J. Kristeva (1967) “Bakhtine, le mot, le dialogue et le roman.” *Critique*, 23, 438-465.

¹⁵⁹ R. Barthes (1973) *El placer del texto*. Buenos Aires: Siglo XXI.

una multiplicidad de registros, jergas, marcas culturales o identitarias. Estas voces, que para Bajtín formarían parte de la polifonía que encontramos en cualquier texto, ya sea oral o escrito, son para Paul Ricoeur historias vividas o narraciones testimoniales que se entrelazan y solapan hasta mezclarse y confundirse. Como menciona el hermeneuta, “las historias vividas de unos se imbrican en las historias de los demás. Episodios enteros de mi vida forman parte de la historia de la vida de los otros, de mis padres, de mis amigos, de mis compañeros de trabajo y de ocio”.¹⁶⁰ De esta manera, la expresión de la otredad en todas sus variantes es una constante de la literatura testimonial. Desde el momento en que el autor se convierte en personaje de la obra, se distancia de su *yo* fuera de la misma. Y como ha afirmado Leonor Arfuch en su, ya citada, *El espacio biográfico*:

“En la dinámica funcional de lo biográfico, en su insistencia y hasta en su saturación, la impronta de la falta, ese vacío constitutivo del sujeto que convoca la necesidad de identificación, y que encontraría, en el valor biográfico, en tanto orden narrativo y puesta en sentido de la (propia) vida, un anclaje siempre renovado”.¹⁶¹

A pesar de ello, este proyecto o intento por mantener la identidad y la validez narrativa es difícilmente alcanzable. Como menciona el psicólogo e investigador de la identidad, Kenneth J. Gergen, “el ser moral de uno nunca es un proyecto completo mientras prosigan las conversaciones de la cultura”.¹⁶² Para el autor, el aspecto fundamental de la vida social se encuentra constituido en forma de red de identidades en relación de reciprocidad. De hecho, “en la mayoría de los casos las acciones de los demás contribuyen de manera vital a los acontecimientos vinculados en la secuencia narrativa”.¹⁶³ Así, la validez narrativa del *yo* depende forzosamente de la afirmación de los *otros*. Los relatos biográficos que se pueden llegar a expresar podrían tender al infinito.¹⁶⁴ La autonarración se constituye en continua construcción y

¹⁶⁰ P. Ricoeur (1996) *op. cit.*, p. 163.

¹⁶¹ L. Arfuch (2002b) *op. cit.*, p. 178.

¹⁶² K. J. Gergen (1996) *op. cit.*, p. 257.

¹⁶³ *Ibídem*.

¹⁶⁴ Relatos posibles puede haber tantos como narradores posibles. Esta idea recuerda a la premisa nietzscheana. Como ha señalado Hayden White: “Para Nietzsche –igual que para

depende de las fluctuaciones relacionales e interrelaciones. Dado que uno cambia de circunstancias y de relaciones con los *otros* a lo largo de la vida, no puede pretenderse una permanencia o una coherencia que trascienda las oscilaciones casuales. Y sobre todo, como alude Gergen, la interdependencia es la clave para comprender los relatos y representaciones fluctuantes del *yo*:

“Dado que la identidad de uno puede mantenerse sólo durante el espacio de tiempo que otros interpretan su propio papel de apoyo, y dado que uno a su vez es requerido para interpretar papeles de apoyo en las construcciones de los otros, el momento en el que cualquier participante escoge faltar a su palabra, de hecho, amenaza a todo el abanico de construcciones interdependientes”.¹⁶⁵

De esta manera, el sujeto no adquiere un relato del *yo* profundo y duradero, sino un potencial de recursos discursivos para comunicar y representar varios roles que se superponen o que, incluso, pueden llegar a entrar en conflicto. La correspondencia entre nuestras acciones y el modo como damos cuenta de ellas, dependen en cierta medida de las convenciones sociales de referencia y de los relatos circunstanciales del momento presente. Redundemos una vez más en la idea, apoyándonos esta vez en la aportación del antropólogo catalán Joan Prat: “La identidad personal como tal no existe sino que se trata de una invención, una ficción, una ilusión retórica que se activa cada vez que alguien se piensa a sí mismo como sujeto y se reinventa a través de un relato autobiográfico, ya sea oral o escrito”.¹⁶⁶

2) *Las narrativas biográficas son expresiones de la vivencia.* La experiencia interior emerge en estos relatos como uno de los motores de la acción. El concepto de *erlebnis* (vivencia), que debe gran parte de su legado al concepto de ‘unidad vivencial’ de Hans Georg Gadamer, es otro de los rasgos esenciales de las narraciones biográficas. Recordemos cómo Goethe recurre a sus experiencias vitales en su ya citada *Poesía y verdad*, o como Rousseau se refiere a sus experiencias interiores de modo poético en *Las confesiones*, donde podemos observar como el autor recurre al cuestionamiento interior

Burckardt- había tantas ‘verdades’ sobre el pasado como perspectivas individuales”. H. White (1992) *Metahistoria*. México: FCE, p. 316.

¹⁶⁵ K. J. Gergen (1996) *op. cit.*, p. 258.

¹⁶⁶ J. Prat (2007) *op. cit.*, p. 276.

para buscar la explicación de sus vivencias o experiencias externas. Para Dilthey, la vivencia es determinada por la reflexividad y la interiorización, y su alcance deviene significativo en tanto se convierte en una unidad capaz de otorgar una totalidad de sentido. Los puntos nodales de esta trama son las vidas individuales y sus relaciones objetivas. De modo que, mediante la narración egotista, se construye en el modo de vivir propio, flujo de lo que desaparece en la corriente la vida. La interioridad se transforma en exterioridad ante la presencia necesaria del oyente, en este caso, el lector o el receptor, que forma parte de la construcción subjetiva en tanto que observa y, a su vez, es impactado por la puesta en escena del *yo* teatral. La comprensión de la vida propuesta por Dilthey, que entendemos como la vía de acceso a uno mismo y como el modo de interpretación de lo simbólico, se produce gracias al acto de enunciación propiamente dicho. Aquí es evidente la semejanza entre la propuesta del hermeneuta y la del psicoanalista Sigmund Freud. Sin embargo, como ha matizado el traductor y estudioso de la obra del primero, Antonio Gómez Ramos:

“Mientras que para Freud existen en el relato de la propia vida unas lagunas esenciales, unas deformaciones sistemáticas –las ilusiones y autoengaños del protagonista– que son las que dan precisamente la clave de la comprensión, para Dilthey, tales lagunas son simplemente problemas filológicos accidentales que pueden ser subsanados”.¹⁶⁷

En definitiva, el procedimiento narrativo, en tanto proceso de autorreflexión o *selbstbesinnung*, permite sacar a la luz y comprender la interioridad en su recorrido exterior.

3) *El relato biográfico otorga cierta unidad a la pluralidad inherente a la experiencia humana.* El sujeto, paradójico, contingente y ambiguo, por excelencia, necesita prácticas que le permitan fijar o crear –en el mejor y en el peor sentido– una ‘ilusión’ de identidad gracias a la cual pueda unir los fragmentos dispersos de su yoidad. Esta crónica del *yo*¹⁶⁸ permite al individuo y a los que le rodean acercarse de manera refleja y recíproca a la

¹⁶⁷ A. Gómez en W. Dilthey (2000) *op. cit.*, p. 144.

¹⁶⁸ Acuñamos el término utilizado por A. Giddens (1995) *op. cit.*

imagen propia y a la ajena e, incluso, les habilita para situarse de manera efectiva en su marco de referencia. De hecho, cuanto más capaz sea uno de construirse –autonarrarse– y reconstruirse, mayor facilidad tendrá de relacionarse y de realizarse en su entorno contextual. La capacidad de un sujeto de identificarse a sí mismo como una ‘unidad estable’ tiene gran utilidad a nivel social y cultural, ya que las convenciones de referencia (sobre todo sociales) tienden en cierta manera hacia la reducción y la simplificación. Como es evidente, siempre será más sencillo entender un esquema o una ‘identidad estable’ que una miríada de proyecciones cambiantes. De esta manera, si el individuo es capaz de narrarse de manera estable se hará más inteligible para los demás y será más fácilmente comprendido o aceptado por el grupo. En relación a la creación de estabilidad es interesante el concepto de búsqueda propuesto por el filósofo escocés, Alasdair Chalmers MacIntyre. Recordemos que en el capítulo IX de *Tres versiones rivales de la ética*, el autor propone esta la noción como una de las dimensiones centrales del concepto de ‘identidad personal’.¹⁶⁹ Ésta permite comprender la vida humana como una búsqueda de la concepción unitaria vital, necesariamente, vinculada a su orden temporal: comienzo, desarrollo y final. La vida es entendida por el autor como la narración de la historia de una vida, donde cada *yo* es el protagonista y, en cierta medida, el autor principal. Esta prospección de la vida buena, como dice MacIntyre en *Tras la virtud* es, a su vez, una parte constitutiva de la vida y de la comprensión.¹⁷⁰ La búsqueda es así propuesta como el verdadero camino para alcanzar la virtud y para poder dar sentido a los acontecimientos vitales. La voz protagonista pretende alcanzar un cierto sentido y orden en su relato vital que, además, de otorgarle una cierta ilusión de unidad que le permite mostrar su adherencia o separación del marco de referencia en el que se inserta y situarse en él de manera introspectiva. Como ha expresado el historiador Karl Weintraub, de herencia diltheyana, la verdadera autobiografía puede tener funciones tan diversas como la autoexplicación, el autodescubrimiento, la autoclarificación, la

¹⁶⁹ A. MacIntyre (1992) *Tres versiones rivales de la ética*. Madrid: Rialp.

¹⁷⁰ A. MacIntyre (1987) *Tras la virtud*. Barcelona: Crítica, p. 271.

autoafirmación, la autojustificación.¹⁷¹ Es decir, funciona como una herramienta capaz de otorgar significación y sentido de unicidad a la propia yoidad.

4) *La literatura egotista es configurada de forma imaginativa y ficticia.* La imaginación es propuesta aquí el sentido de la escuela de Gilbert Durand y constituye una de las claves de la narración testimonial. Tal y como ha expresado Jean-Jacques Wunenburger, lo imaginario forma “conjuntos coherentes y dinámicos que conciernen a una función simbólica en el sentido de una articulación de sentidos propios y figurados”.¹⁷² El relato biográfico es imaginario en tanto conforma una totalidad más o menos coherente compuesta de partes y responde a las percepciones subjetivas tanto del sujeto biografiado como del ‘biografiador’. Tal y como ha remarcado Wunenburger:

“Lo imaginario comprende un aspecto representativo –y en consecuencia, verbalizado– y un aspecto emocional, afectivo, que implica al sujeto. Lo imaginario está, entonces, más cerca de las percepciones que nos afectan, que de las concepciones abstractas que inhiben la esfera afectiva”.¹⁷³

En este sentido, la constante metaforización aparece también como uno de los elementos que configuran la realidad del sujeto en cuestión. Ésta es una de las formas de expresión de la actividad o del agente, y es por tanto, uno de los principios básicos de todo relato egotista. El proceso metafórico en sí, como ya expresamos en el primer capítulo es una condición necesaria para que las diversas representaciones simbólicas adquieran sentido. Además, la ficción, propiamente dicha, juega un papel crucial en la configuración de la literatura egotista. Como ha señalado Albert Chillón, al hablar lo sujetos *idean e imaginan* la realidad.¹⁷⁴ Para él, dicción y ficción son una y la misma cosa, dado que el lenguaje, como el giro lingüístico ha puesto de manifiesto, es necesariamente abstractivo y figurativo a un tiempo.

¹⁷¹ K. J. Weintraub (1991) “Autobiografía y conciencia histórica.” *Revista Anthropos*, 29, p. 19.

¹⁷² J.-J. Wunenburger (2008) *Antropología del imaginario*. Buenos Aires: Ediciones del Sol, p. 15.

¹⁷³ J.-J. Wunenburger (2008) *op. cit.*, p. 16.

¹⁷⁴ A. Chillón (1999) *op. cit.*, p. 36.

Recordemos que, tras el Romanticismo, la ficción fue rechazada por considerarse un modo de expresión ‘falso’ o ‘subjetivo’ incapaz de ofrecer ningún tipo de comprensión fehaciente. Gracias al esfuerzo durante las últimas décadas de los post-estructuralistas, poco a poco se le ha podido devolver su estatuto configurador y comprensivo.¹⁷⁵

En el terreno de la narración testimonial hay dos tendencias teóricas que tratan el ‘problema’ de la ficción, según el investigador J. M. Pozuelos Yvancos. La primera es la que parte de la propuesta nietzscheana¹⁷⁶ y, en cierta medida, es continuada por los llamados deconstruccionistas (Jacques Derrida¹⁷⁷ y seguidores de la Escuela Deconstructiva de Yale¹⁷⁸) o por Roland Barthes.¹⁷⁹ Desde esta perspectiva teórica, toda narración de un *yo* es una ficcionalización¹⁸⁰ o un tropismo, si utilizamos la acepción de Nietzsche. La segunda es aquella línea que admite que la autobiografía puede utilizar recursos literarios, pero no tiene por qué ser ficticia, ya que necesariamente existe un pacto autobiográfico que tiende hacia la veracidad o la verosimilitud al menos. Esta es la propuesta de autores como Philip Lejeune¹⁸¹ o Elizabeth Bruss.¹⁸²

Desde nuestra perspectiva, y siguiendo la propuesta de Pozuelo Yvancos, la autobiografía al igual que la historia de vida, no puede dejar de situarse en un lugar análogo a la ficción. Por lo tanto, es preciso tender un puente entre ambas posiciones teóricas. El hecho de que sea una construcción discursiva, como dice el investigador, “no impide que la autobiografía sea propuesta y pueda ser leída como un discurso con atributos de verdad, en la frontera con la ficción, pero marcando la diferencia con

¹⁷⁵ Nos estamos refiriendo a las obras de T. Pavel (1988) *Univers de la fiction*. París: Seuil; L. Dolezel (1980) “Truth and Authenticity in Narrative.” *Poetics Today*, 1(3), 7-25; y R. Barthes *et al.* (1982c) *Littérature et réalité*. París: Seuil.

¹⁷⁶ Cf. F. Nietzsche (2007) *Fragmentos póstumos*. Madrid: Tecnos. La noción de sujeto como ficción es un tema ampliamente tratado en esta obra.

¹⁷⁷ Cf. J. Derrida (1998) *Demeure: Maurice Blanchot*. París: Galilée.

¹⁷⁸ La Escuela deconstructiva de Yale, bajo el influjo de Jacques Derrida, estaba integrada por Paul de Man, Hillis Miller, Geoffrey Hartman y Harold Bloom.

¹⁷⁹ R. Barthes (1973) *op. cit.*

¹⁸⁰ J. M. Pozuelo Yvancos (2006) *op. cit.*, p. 24. Véase también el interesante artículo de P. J. Eakin (1991) “Autoinvención en la autobiografía.” *Revista Anthropos*, 29, p. 82.

¹⁸¹ P. Lejeune (1994) *op. cit.*

¹⁸² E. Bruss (1991) “Actos literarios.” *Revista Anthropos*, 29, 62-79.

ésta”.¹⁸³ Recordemos que dar a las teorías el estatus de ficciones, como ha expresado Enrique Lynch, “no significa renunciar lisa y llanamente a la verdad, sino admitir que nada de lo que decimos saber es del todo verdadero, así como tampoco es del todo falso”.¹⁸⁴ Albert Chillón se sitúa en un terreno intermedio, ya que considera que aunque toda dicción es ficción, existen diferentes grados o modalidades que permiten distinguir la vocación fabuladora de los diferentes actos de enunciación.¹⁸⁵ En este sentido, la literatura de tenor testimonial se encontraría dentro de la llamada *enunciación facticia* o *ficción tácita*, que ofrece un pacto de veridicción entre interlocutores, y responde a las máximas de calidad, cantidad, pertenencia y manera. Este tipo de literatura tiende hacia la veracidad (se supone que es verdad o parece serlo) aunque tiene escasa verificabilidad (nunca podremos validarlo). Incluso para el informante puede resultar complejo reconstruir un relato estable y verdadero. Ya que el acceso al propio *yo* es inalcanzable, el sujeto debe utilizar recursos imaginativos para completar los huecos incompletos de su relato. La ficción aparece aquí como el producto de un trabajo imaginario dirigido a suplir ciertas necesidades de sentido. La crónica del *yo* sería, así, una narración, una ficción necesaria que otorga por una parte validez histórica: unos orígenes, unas pruebas, una serie de características y un destino o conclusión; y por otra, dotaría de un sentido narrativo en forma secuencial constituido por acontecimientos, verdaderos o no; recuerdos, vividos, imaginados o incluso soñados; o referencias, propias y ajenas. Por lo tanto, la dialéctica ficción, no-ficción, del relato personal podría resolverse gracias a las modalidades intermedias propuestas. Como también ha manifestado Enrique Lynch:

“En un relato, una realidad, un recuerdo, una referencia erudita, una fuente tradicional, un sueño, etc. se ficcionaliza y, al mismo tiempo que asume su falsedad relativa y su débil valor de verdad adquiere una veracidad diferente que deviene de la trama de la narración, de su configuración y de nuestra creencia en ella”.¹⁸⁶

¹⁸³ J. M. Pozuelo Yvancos (2006) *op. cit.*, p. 43.

¹⁸⁴ E. Lynch (1997) *op. cit.*, p. 259.

¹⁸⁵ El investigador plantea una dicotomía constructiva e integradora de gran utilidad. A. Chillón (1999) *op. cit.*, pp. 38-40

¹⁸⁶ E. Lynch (1997) *op. cit.*, p. 233.

Dicho de otra manera, aquello que es narrado se encuentra más cerca de la 'verdad', porque las narraciones, además de tener el potencial para transmitir la 'verdad', no la reflejan, sino que la construyen. Aunque al mismo tiempo, lo narrado –como dice el autor– nunca es *del todo verdad*, es decir, conserva, atesora un fondo de ficción que estimula nuestra creencia y cuenta con ella.¹⁸⁷ Este fondo de ficción es para nosotros la cualidad fabuladora esencial de toda dicción, por lo que preferimos sin duda no equiparlo a mentira sin más. Para nosotros, todo relato biográfico es eminentemente subjetivo y ficticio, que no arbitrario o falso.¹⁸⁸ A fin de cuentas estas historias tejen la urdimbre de lo conocido y lo desconocido, y construyen la realidad de lo que fue. Sobre el carácter ficticio de las biografías o autobiografías las aportaciones Paul Ricoeur son de gran relevancia.¹⁸⁹ Para el autor, la yoidad necesita ineludiblemente de la ficción, elemento clave de la identidad narrativa:

“La comprensión del sí es una interpretación; la interpretación del sí, a su vez, encuentra en la narración, entre otros signos y símbolos, una mediación privilegiada; esta última se vale tanto de la historia como de la ficción, haciendo de la historia de una vida una historia de ficción o, si se prefiere, una ficción histórica, entrecruzando el estilo historiográfico de las biografías con el estilo novelesco de las autobiografías imaginarias”¹⁹⁰

Los relatos biográficos se hacen más comprensibles e interpretables cuando se les aplican modelos narrativos ficticios propiamente dichos. Recordemos que el papel de la interpretación, como ya hemos referido es esencial en la obra de Ricoeur. Para él, la interpretación –el trabajo hermenéutico por excelencia– revela el deseo profundo de desvelar la distancia entre un *yo* y un *otro*.¹⁹¹ Se trata de una ampliación de la propia comprensión de uno mismo a través del movimiento de interpretación percibido al ser interpretado por otro. Quizás, nuestro lector se pregunte en

¹⁸⁷ *Ibíd.*

¹⁸⁸ Esta idea es deudora del historiador Henri Marrou, que rescata la subjetividad del proceso histórico. Cf. H. Marrou (1985) *Del conocimiento histórico*. Buenos Aires: Per Abbat.

¹⁸⁹ Cf. P. Ricoeur (1996) *op. cit.*

¹⁹⁰ P. Ricoeur (1996) *op. cit.*, p. 107.

¹⁹¹ Cf. P. Ricoeur (1969) *op. cit.*

qué sentido se relacionan estas aportaciones con nuestro objeto. En primer lugar, el estudio de la narración biográfica nos permite esclarecer los procesos de identificación, en tanto narraciones. Y en segundo lugar, nos ayudan a sustentar el vínculo entre lo individual y lo social, clave de la dialéctica general propuesta. Concretamente, la ficción, como veremos, aparecerá como uno de los pilares de los procesos de identificación y de su relación con las narrativas mediáticas.

5) *Las narrativas biográficas son relatos configurados de forma temporal.* La literatura testimonial ha de proporcionar verosimilitud en su persistencia temporal y para ello tiende a utilizar las reglas o recursos comúnmente aceptados por la construcción histórica, en el sentido propuesto por Arthur C. Danto.¹⁹² Para él, la pregunta por el significado sólo puede tener respuesta en el contexto de un relato (*story*).¹⁹³ De esta manera, la búsqueda ontológica sobre el *yo* debería ser analizada necesariamente en clave narrativa. En definitiva, los elementos propios del análisis histórico son clave en la construcción de la narración o crónica personal y permiten ordenar y dar coherencia a las constricciones temporales como podrían ser unos orígenes, unas experiencias y unas aspiraciones dirigidas hacia un posible destino. Ya hemos expresado que el sujeto puede construir infinitos relatos sobre su *yo* en función del contexto y de los interlocutores ante los que actúe, pero normalmente realiza los siguientes procedimientos: a) Selecciona los acontecimientos más relevantes de su historia y excluye otros elementos que no le interesa dar a conocer, es decir, pone en palabras unos detalles y silencia otros según su conveniencia o según la situación social en la que participe. b) Coloca dichos acontecimientos en un determinado orden y así otorga mayor notabilidad a unas cuestiones que a otras. c) Fija una cierta estabilidad en la identidad de sus personajes o, lo que es lo mismo, intenta manifestar una actitud coherente y una identidad estable dentro del marco de referencia en el que se encuentra; y d) Intenta vincular de manera lógica –orden causa-efecto– sus actitudes en relación con los hechos acontecidos.

¹⁹² A. Danto (1989) *op. cit.*, pp. 18-19.

¹⁹³ *Ibíd.*

El hecho de que una narración –como menciona el filósofo y estudioso de la narración Arthur C. Danto– sea “una estructura que se impone a los acontecimientos agrupándolos y prescindiendo de otros como irrelevantes”¹⁹⁴ muestra la posición del sujeto que elabora un discurso subjetivo en tanto que se autorrepresenta en él de manera incompleta. Como ha señalado el historiador francés Paul Veyne, la historia no tiene una articulación natural, ya que los hechos no tienen una dimensión absoluta.¹⁹⁵ Esto explicaría por qué hay un proceso de selección entre unos acontecimientos vitales y otros.¹⁹⁶ Asimismo, como ha señalado Danto, “puede existir alguna laguna en el relato, o una parte de un relato puede ser completamente errónea, o puede haber cosas que sucedieron de las que somos inconscientes, sin saber entonces que existe una laguna en el relato que tenemos”.¹⁹⁷ El hecho mismo de organizar los elementos en el discurso va más allá de lo dado y manifiesta la imposibilidad de dar una descripción completa de ningún acontecimiento.¹⁹⁸ Y es que “la imposición de una organización narrativa nos aboca lógicamente a un hecho inexpugnablemente subjetivo”.¹⁹⁹ La dialéctica entre la memoria y el olvido, también se halla vinculada a la temporalidad histórica.²⁰⁰ La ilusión de coherencia esgrimida en primera persona por los protagonistas del relato les hace sustituir lo vivido por la analogía narrativa. El recuerdo y el olvido se contraponen y complementan. No olvidemos que este último es omisión y selección, pero también es ocultación y magnificación de eventos pasados. Y es que, como ha señalado Joan Prat:

“Todo autobiógrafo, cuando decide ponerse a escribir, selecciona, conciente o inconcientemente, aquello que contará y aquello que no (...) es más significativo

¹⁹⁴ A. Danto (1989) *op. cit.*, pp. 83-84.

¹⁹⁵ P. Veyne (1984) *op. cit.*, p. 24.

¹⁹⁶ Aquí hacemos alusión a la memoria selectiva propuesta por Todorov.

¹⁹⁷ A. Danto (1989) *op. cit.*, p. 88.

¹⁹⁸ Aunque el autor se refiere al acontecimiento como hecho o crónica elaborada por los historiadores, nosotros aquí lo ampliamos al sujeto como creador de crónica personal.

¹⁹⁹ A. Danto (1989) *op. cit.*, p. 98.

²⁰⁰ Sobre la memoria en el relato biográfico cf. W. A. Earle (1972) *The Autobiographical Consciousness*. Chicago, IL: Quadrangle Books; y M. Freeman (1993) *op. cit.*

aquello que se silencia que aquello que se cuenta, y ambos procedimientos están al servicio de la deseada auto-presentación”.²⁰¹

La memoria subjetiva sobre la que volveremos en el apartado 4.3.2.1. y la expresión lingüística, simbólica y, sobre todo, ficticia, le permite crear una línea de vida y dotar de sentido su voidad. No olvidemos que el discurso está sometido al tiempo y la trama, como diría Dilthey, y ésta última, en tanto que histórica, nunca se muestra acabada o en su totalidad, sino fluyendo.²⁰² Bajo el eje del *yo-aquí-ahora* de la deixis, el pasado y el futuro emergen como cualidades existenciales necesarias en la construcción subjetiva del *self*, como veremos en el próximo apartado. La tradición, noción que exploraremos en el capítulo V, también se encuentra presente en las narrativas biográficas, y es fundamental para comprender la dialéctica entre las narrativas mediáticas y los procesos de identificación. El hecho de que un sujeto dado se encuentre dentro de una tradición sería tal como pertenecer a un marco de referencia concreto que delimita una serie de normas o prácticas compartidas. Este concepto se encuentra muy vinculado a la temporalidad, ya que es a través del tiempo, y del paso de una generación a otra cómo se va construyendo y transformando el eje vertebrador de una cultura o comunidad.²⁰³ Así, el relato del *yo* es *en* y *desde* una tradición, ya que siempre se encuentra influida por los marcos de referencia o *frames* en los que el sujeto se inserta. La cualidad temporal de la relación subjetiva entre el *yo* y la tradición se puede observar en sus orígenes y sus proyecciones diversas. Y es que el esquema o contexto no es estanco, como ya expresamos. Por el contrario, al igual que las identificaciones, fluye y es expresado y reelaborado significativamente de forma narrativa.

El concepto sartriano de ‘proyecto de ser’ o ‘proyecto original’ que propone en *El ser y la nada*²⁰⁴ es también interesante para comprender las

²⁰¹ J. Prat (2007) *op. cit.*, p. 158. Cf. H. Weinrich (1999) *Leteo*. Madrid: Siruela; J. M. de Miguel (2004) “La memoria perdida.” *Revista de Antropología Social*, 13, Madrid, 9-35; y I. Tomás (2003) “Les llacunes de la memòria.” *Revista d’Etnologia de Catalunya*, 23, 108-113.

²⁰² W. Dilthey (2000) *op. cit.*, p. 113.

²⁰³ A. MacIntyre (1994) *Justicia y racionalidad*. Barcelona: Ediciones Internacionales Universitarias, p. 31.

²⁰⁴ J.-P. Sartre (1979) *El ser y la nada*. Buenos Aires: Losada.

dimensiones del constructo narrativo creado por los sujetos. Para el filósofo el proyecto fundamental o la existencia vital como totalidad, de donde emerge la persona, propiamente dicha, es fruto de la libre realización individual, es decir de los deseos que mueven la existencia.²⁰⁵ Dicho de otro modo, las propias proyecciones en forma de deseos o intereses también forman parte de esta elaboración temporal que es el relato biográfico.

4.3.2. Tiempo, experiencia y memoria

Después de haber profundizado en el estudio de la narración egotista, nos adentraremos en la exploración de tres categorías que son fundamentales para comprender cómo los sujetos y los grupos realizan los procesos de identificación. Estos aspectos nos permitirán más adelante plantear cómo los medios de comunicación condicionan la configuración de las identidades. El estudio del tiempo ha sido objeto de reflexión desde la Antigüedad hasta nuestros días desde perspectivas teóricas y empíricas muy diversas. No podemos olvidar que el concepto mismo de tiempo es una cuestión ligada al transcurso natural de la historia y la vida social.²⁰⁶ Es una matriz tan ligada a la vida que impregna la mayoría de sus esferas. Tan sólo hay que pensar en cómo la experiencia de la temporalidad difiere mucho en función del lugar o el momento desde el cual se la observa. La búsqueda de la eternidad tan ansiada en la Antigüedad se ha convertido en la cultura mediática en el culto al instante. Georges Friedmann ha subrayado cómo el sentido del tiempo o la duración fue muy diferente en el mundo rural-artesanal que en el industrial contemporáneo.²⁰⁷ Dado que la especulación sobre el tiempo pone de manifiesto muchas dificultades que se alejarían de nuestro objeto estudio y de nuestras posibilidades, aquí tan sólo realizaremos una breve aproximación epistemológica que nos permita evidenciar el alcance de la temporalidad en la construcción narrativa del sujeto. Para ello tomaremos las premisas básicas de cuatro teóricos que, a nuestro juicio, han aportado

²⁰⁵ J.-P. Sartre (1979) "art. cit.", p. 692.

²⁰⁶ Cf. S. Tabboni (ed.) (1985) *Time and Society*. Milán: Angeli.

²⁰⁷ G. Friedman (1950) *Où va le travail humain*. París: Gallimard, p. 27.

elementos clave para comprender el modo en que se entreteje la narratividad en la experiencia humana. Nos estamos refiriendo a cuatro autores que guiarán nuestra argumentación: Agustín, Wilhem Dilthey, Henri Bergson y Paul Ricoeur.

Partimos de que no hay una experiencia absoluta del tiempo y de que la temporalidad es el carácter determinante de la experiencia humana y de su condición narrativa. En palabras de Paul Ricoeur: “El tiempo se hace tiempo humano en cuanto se articula de modo narrativo; a su vez, la narración es significativa en la medida en que describe los rasgos de la experiencia temporal”.²⁰⁸ Es claro que la temporalidad es una cuestión ligada al ser. Como ha expresado uno de los padres de la sociología italiana, Franco Ferrarotti, el flujo del tiempo no se puede observar más allá de uno mismo. Cuando decimos estoy viendo cómo pasa el tiempo, en realidad, me estoy viendo a mí mismo. “Soy yo el que estoy pasando. El tiempo pasa en mí y conmigo”.²⁰⁹ El *yo* autoconsciente es creado para sí en un mundo propio y en un tiempo experimentado subjetivamente, pero, a la vez, es una convención social, creada desde las estructuras objetivas: una unidad mecánica, cuantitativa, en definitiva, un dato importantísimo para entender y explicar el medio ambiente y la sociedad urbano-industrial.²¹⁰ Este planteamiento nos recuerda, como ha mostrado Paul Ricoeur en *Tiempo y narración*, que existen dos perspectivas clásicas en el abordaje del tiempo, herederas de la clásica dicotomía objetivo-subjetiva. Un tiempo objetivo, también llamado cosmológico, que ha sido el promovido por Platón, Aristóteles o Kant; y un tiempo subjetivo o fenomenológico, sugerido por Agustín, Husserl o Heidegger. El primero de los tiempos es considerado, a grandes rasgos, un tiempo ligado a la experiencia física y que, por tanto, se encuentra especialmente ligado a la periodicidad y a su consecuente ordenamiento

²⁰⁸ P. Ricoeur (2007) *op. cit.*, p. 39.

²⁰⁹ F. Ferrarotti (1990) *Time, Memory and Society*. Westport, CT: Greenwood Press, p. 1. (T. d. A.). Esta intuición ya fue expresada por Octavio Paz en *El arco y la lira*: “El tiempo no está fuera de nosotros, ni es algo que pasa frente a nuestros ojos como las manecillas del reloj: nosotros somos el tiempo y no son los años sino nosotros los que pasamos.” O. Paz (1973) *op. cit.*, p. 57.

²¹⁰ F. Ferrarotti (1990) *op. cit.*, p. 23. También es un elemento clave en el capitalismo avanzado.

(tiempo de los astros, de los calendarios o de los relojes...). El segundo es el tiempo de la experiencia psíquica del sujeto, de la vivencia, que se centra en la apropiación personal de la existencia (tiempo de espera, de rememoración, de reflexión...). Esta tradición dualista ha provocado que todos los avances en la comprensión del tiempo se vean limitados por la separación epistemológica que separa una perspectiva de otra. Y en respuesta a esta división Paul Ricoeur propone un 'tercer tiempo', a caballo entre el tiempo cosmológico y el fenomenológico, que expondremos al final de este apartado.

Más allá de las primeras propuestas filosóficas objetivistas sobre el tiempo de Platón²¹¹, Aristóteles²¹² o Plotino²¹³, podemos hallar la primera formulación clara de la perspectiva subjetiva: la teoría agustiniana desarrollada en la conocida obra *Las confesiones*. Uno de los enigmas centrales planteados por el autor es el de la medida, que, más que refutar la tesis aristotélica de la primacía del movimiento sobre el tiempo, aporta una alternativa a la concepción cosmológica inaugurada por el filósofo griego. Recordemos que para Aristóteles "el tiempo nos circunscribe, nos domina, sin que el alma tenga poder de engendrarlo".²¹⁴ De modo que padecemos o sufrimos la acción del tiempo (tiempo del padecer lo llamará Ricoeur). No obstante, Agustín inaugura la tradición fenomenológica, según la cual el alma tiene poder de configurar el tiempo, ya que la percepción del mismo es subjetiva, o lo que es lo mismo, es psíquica. De hecho, de sus reflexiones se puede desprender como veremos, que el pasado es irrecuperable como tal, y siempre que volvemos a él más que alcanzar una reproducción total de los hechos acontecidos estamos recreando una nueva experiencia desde el aquí y ahora, cuestión fundamental que guiará el horizonte de nuestra argumentación posterior acerca del olvido y la tradición, construcción mediática de la memoria. Así, más que padecer la acción del tiempo, los sujetos participan en él (tiempo del obrar para Ricoeur). Es importante matizar que la propuesta agustiniana es total ya que no se reduce únicamente

²¹¹ Cf. Platón (2003) *Timeo*. Milán: Biblioteca Universale Rizzoli.

²¹² Cf. Aristóteles (1997) *Física*. Madrid: CSIC.

²¹³ Cf. Plotino (1978) *Eneada tercera*. Buenos Aires: Aguilar.

²¹⁴ P. Ricoeur (2006) *Tiempo y narración III*. Madrid: Siglo XXI, p. 643. Cf. Aristóteles (1997) *op. cit.*

a acciones concretas, ni tan sólo a las de los individuos singulares, sino “la vida completa de la humanidad”.²¹⁵ No olvidemos que esta concepción subjetivista fue muy influyente en siglos posteriores y sentó las bases del enfoque fenomenológico desarrollado por Edmund Husserl, en su fenomenología sobre la conciencia íntima del tiempo;²¹⁶ y por Martin Heidegger, en su hermenéutica de la temporalidad.²¹⁷

El primero de los interrogantes planteados en el libro IX de *Las confesiones* sobre el tiempo es su carácter ontológico, que Agustín resuelve gracias al concepto de medida. El tiempo es en cuanto puede ser medido, o lo que es lo mismo, en cuanto pasa y puede ser percibido.²¹⁸ Además, a su juicio, sólo se pueden medir los tiempos que pasan. Así, el futuro aún no existe y el pasado no tiene extensión, de modo que lo único que existiría sería el presente. Como ha expresado Paul Ricoeur, que ha estudiado en profundidad la aporética agustiniana, “el pasado es anterior y el futuro es posterior sólo respecto a un presente dotado de la relación de autorreferencia, atestiguada por el propio acto de enunciación”.²¹⁹ Y es que desde la perspectiva de Agustín, sólo hay futuro y pasado en relación al presente, que es la categoría existencial, por excelencia, desde la cual los sujetos pueden reconstruir el pasado y proyectar el futuro. Pero la medida del presente es también complicada, ya que siempre deja de ser para convertirse en pasado o para no ser más que el futuro, o lo que aún no es. “El tiempo presente ¿cómo lo medimos, si no tiene espacio? Lo medimos cuando está pasando, no cuando ya ha pasado, porque entonces ya no existe lo que se va a medir”.²²⁰ A saber el instante transcurrido es ya pasado y el que aún queda es futuro.²²¹ De ahí se deriva, posiblemente, el rechazo de Agustín a los tres tiempos habituales que puede observarse en este párrafo:

²¹⁵ San Agustín (2003) *op. cit.*, l. XI, cap. XXVIII, p. 313.

²¹⁶ Cf. E. Husserl (2002) *Lecciones de fenomenología de la conciencia interna del tiempo*. Madrid: Trotta; y F. Conde Soto (1996) *El problema de la conciencia del tiempo en la fenomenología de Edmund Husserl*. Tesis doctoral. Barcelona: UB.

²¹⁷ Cf. M. Heidegger (2008) *El concepto de tiempo*. Barcelona: Herder; y (2009) *op. cit.*

²¹⁸ San Agustín (2003) *op. cit.*, l. XI, cap. XVI, p. 300.

²¹⁹ P. Ricoeur (2006) *op. cit.*, p. 655.

²²⁰ San Agustín (2003) *op. cit.*, l. XI, cap. XXI, p. 304.

²²¹ San Agustín (2003) *op. cit.*, l. XI, cap. XV, p. 299.

“Lo que ahora está claro y patente es que no existe ni el futuro ni el pasado, ni se puede decir con propiedad que hay tres tiempos: el pasado, el presente y el futuro. Quizá sería más exacto decir que los tres tiempos son: el presente de las cosas pasadas, el presente de las cosas presentes y el presente de las cosas futuras. Estas son tres cosas que hay dentro del alma y fuera de ella no las veo. El presente de las cosas pasadas es la memoria. El presente de las cosas presentes es la visión. Y el presente de las cosas futuras es la espera”.²²²

De esta manera, él evidencia la primacía del alma sobre el cuerpo y la de la interioridad sobre la exterioridad. Es en nuestro espíritu, es decir, en el interior, donde se hallan estos tres tiempos y es la vivencia singular de los mismos la que les otorga validez: el pasado es apropiado en forma de memoria; el presente, en forma de visión o atención; y el futuro, como espera o expectativa. A su juicio, existe una relación distendida (*distentio animi*)²²³ entre la espera, la memoria y la visión, que no es más que una dialéctica o interacción entre los tres tiempos, o lo que es lo mismo, una extensión o, mejor, distensión entre ellos. Su propuesta es la de confiar a la memoria el destino de las cosas pasadas. Consumido el futuro todo es pasado. El espíritu espera y recuerda y, sin embargo, la espera y la memoria están *en* el espíritu. En cuanto pasa, el presente se reduce a un punto: ausencia de extensión del presente. Pero en cuanto que la visión pasa, perdura. Esta concepción de la temporalidad que el autor ilustra con numerosos ejemplos podría resumirse en tres pasos: antes de que la acción comience, ella misma es futuro; cuando comienza, la espera se convierte en pasado y se extiende a la memoria y lo pendiente permanece a la espera; finalmente, la acción realizada, toda ella pasa a la memoria. “Mi atención está presente y por ella pasa lo que era presente para hacerse pasado”.²²⁴ Este retorno regresivo o repliegue sobre el sí hacia la memoria evidencia que los referentes del autor son eminentemente subjetivos y nos ayudan a cimentar nuestra visión narrativa de la vivencia sea ésta personal o colectiva. Entre el pasado y el futuro, entre

²²² San Agustín (2003) *op. cit.*, l. XI, cap. XX, p. 303.

²²³ El tiempo se puede mediar porque hay un *distentio*, que podríamos traducir como extensión o despliegue. Una extensión del *animi*, del espíritu que es capaz de transitar entre la espera/expectativa, la visión/atención y la memoria.

²²⁴ San Agustín (2003) *op. cit.*, l. XI, cap. XXVIII, p. 313.

la memoria y la proyección, los sujetos imaginan y construyen de forma excéntrica, como diría Helmuth Plessner, sus propias autoconcepciones y, como veremos, los relatos mediáticos juegan un papel esencial en la configuración social y psicológica de esta memoria y de este horizonte que está por llegar.

Las premisas agustinianas acerca de la temporalidad han sido bien acogidas en diversos ámbitos de pensamiento. Recordemos como siglos más tarde el psicólogo William James afirmaba en su clásica *Principios de psicología* que la autoconciencia no puede ser experimentada, sino *modo praeterito*, en tiempo pasado.²²⁵ También desde la hermenéutica, Wilhem Dilthey considera que la comprensión es definida como una vuelta hacia atrás, ya que ésta “es siempre comprensión de lo pasado, vuelta sobre él; es memoria, también memoria del otro”.²²⁶ Y más adelante sintetiza así: “Vivimos hacia adelante y comprendemos hacia atrás”.²²⁷ En este sentido, desde nuestra perspectiva, la construcción del sujeto es siempre una construcción *a posteriori*, motivo que explicaría por qué la cultura mediática es tan influyente desde el momento en que forma parte de la memoria de los sujetos y los grupos, como veremos. Tal y como ha expresado Lluís Duch:

“En nuestras construcciones, en nuestras definiciones, nos reconstruimos *a posteriori*, rehacemos nuestro proyecto vital de una manera ideal, censurando aquello que, de acuerdo con nuestra actual autoestima personal, no debería haber sido pero que sin embargo sucedió... para dar consistencia a nuestra ‘biografía actual’ *nos censuramos*, suprimimos los *planos* y las *escenas* que, en el presente, nos resultan inaceptables, nos escandalizan o simplemente consideramos indignas de nuestro prestigio, de nuestra dignidad, de nuestros gustos o de cualquier otra realidad que es este momento, tengan alguna importancia para nosotros”.²²⁸

Esta vuelta sobre el pasado que permite afirmar y relanzar el presente es, para Dilthey, el movimiento por el que comienza la comprensión más elemental: la vivencia, concepto que ya hemos descrito. Para el autor es

²²⁵ W. James (1989) *op. cit.*, p. 169.

²²⁶ W. Dilthey (2000) *op. cit.*, p. 23.

²²⁷ W. Dilthey (2000) *op. cit.*, p. 194.

²²⁸ L. Duch (2002a) *op. cit.*, p. 26.

importante resaltar como la vida anímica, en cuanto experiencia interior y primaria, se constituye como tal en su expresión exterior. De modo, que el acceso al mundo mediante la conciencia, sólo se hace accesible a uno mismo y a los *otros* cuando es objetivado como expresión,²²⁹ es decir, cuando es experimentado mediante unos signos sensibles exteriores.

Pero ¿cómo se produce la vivencia del tiempo? En los “Esbozos para una crítica de la razón histórica”, Dilthey señala que a la vida y a los objetos exteriores que aparecen en ella, les son comunes una serie de relaciones temporales como son la simultaneidad, la sucesión, la distancia temporal, la duración y el cambio.²³⁰ Pero el momento central de la vivencia es el presente desde donde ‘padecemos’, ‘recordamos’ o ‘esperamos’, o lo que es lo mismo, desde donde vivimos plenamente la realidad cotidiana. Es importante señalar que Dilthey distingue entre la presencia y el presente. El segundo sería lo ya llegado, curiosamente lo describe en pasado. Y el primero sería el estar presente del presente. Desde esta perspectiva, el presente nunca es, ni nunca llega a existir propiamente, como anunciara Agustín quince siglos antes, ya que encierra siempre el recuerdo de lo que fue. Así, la acción de la memoria es la que permite que el presente hecho pasado se haga por primera vez presente ante nosotros.²³¹

El vivir es para Dilthey un transcurso o un flujo, propiamente dicho, y la vida va sobre una barca que navega por la corriente y avanza constantemente hacia delante.²³² No obstante, aunque el sujeto se proyecte siempre hacia el futuro, vive continuamente lo pasado. Aquí se evidencia el postulado *praeterito* de la comprensión hermenéutica, que nos permite evidenciar que los procesos de identificación también se pueden fundamentar recurriendo a la memoria y al pasado. Esto explicaría por qué muchas identificaciones colectivas o grupales basan sus señas de identidad en el pasado. La estructura histórico-temporal es la que marca para Dilthey los márgenes de la comprensión. De hecho, como dice Antonio Gómez Ramos, para Dilthey “la caducidad temporal de las vidas en las que se produce cada

²²⁹ A. Gómez en W. Dilthey (2000) *op. cit.*, pp. 27-28.

²³⁰ W. Dilthey (2000) *op. cit.*, p. 115.

²³¹ W. Dilthey (2000) *op. cit.*, p. 125.

²³² W. Dilthey (2000) *op. cit.*, p. 115.

manifestación, y la sucesión histórica de recuerdos de éstas en los otros, supone, a la vez, la apertura del sentido de tales manifestaciones”.²³³ La experiencia constituye la base de toda vivencia comprensiva. Así un sujeto dado sólo puede identificarse como tal en tanto es capaz de objetivar mediante el lenguaje su apropiación psíquica de la realidad. La articulación entre la interioridad, como forma primaria de darse la realidad y la exterioridad como forma de expresión, revelarían las estructuras de la vida en su triple dimensión: cognitiva, volitiva y afectiva. La propuesta vitalista diltheyana de un ser humano ‘unitario’ o ‘completo’, es decir, como un ser “volente-sintiente-representante”²³⁴ es bastante similar a la filosofía vital de Ortega y Gasset, y su concepción radical del sujeto, que inicia en *El tema de nuestro tiempo* (1923) y continúa en *Ni vitalismo ni racionalismo* (1924). En definitiva, la dimensión histórica y temporal de la vivencia es esencial para comprender todas las esferas de la existencia, y en especial para comprender los procesos de identificación que nos ocupan.

Otro de los autores que ha remarcado la importancia de la temporalidad en el estudio del sujeto²³⁵ es Henri Bergson. Para este filósofo, al igual que para Dilthey, la experiencia interior es la que nos permite comprender mejor la vida propia: “La existencia de que estamos más seguros y que conocemos mejor es indiscutiblemente la nuestra, porque de todos los demás objetos poseemos nociones que pueden juzgarse exteriores y superficiales, mientras que a nosotros mismos nos percibimos interiormente, profundamente”.²³⁶ El investigador enfatiza en el carácter irrepitible de cada fenómeno psíquico en el interior de la conciencia, ya que, para él, el único tiempo real es el que se capta en la experiencia interna. Esta percepción está sujeta a la idea de cambio como estado constante. De manera que todas las sensaciones, sentimientos, voliciones y representaciones vitales están sometidas a modificaciones que por esencia son temporales. De ahí que los medios pueden condicionar tan fácilmente la experiencia cotidiana. La idea de transformación es propuesta aquí desde una perspectiva inventiva y

²³³ A. Gómez en W. Dilthey (2000) *op. cit.*, p. 208.

²³⁴ Epílogo de Han-Ulrich Lessing en W. Dilthey (2000) *op. cit.*, pp. 246-247.

²³⁵ Cf. G. Capozzi (1979) *L'individuo, il tempo e la storia*. Nápoles: Jovene.

²³⁶ H. Bergson (1977) *Memoria y vida*. Madrid: Alianza, p. 13.

creativa, ya que el tiempo permite la reelaboración continua de los estados de la conciencia.²³⁷ La transición de un estado a otro es para el autor progresiva y se encuentra vinculada al concepto de duración que sería “el progreso continuo del pasado que corroe el porvenir y que se hincha al avanzar”.²³⁸ Esta categoría es propuesta por el autor como una magnitud de existencia. La duración más que medirse, puede sentirse; e inventa, crea y reelabora los afectos, las representaciones y las voliciones.²³⁹ Bergson también, como Agustín, James o Dilthey, señala la importancia del pasado en la constitución de la yoidad, dado que la historia vital y la experiencia pasada están implícitas en toda vivencia presente²⁴⁰ en forma de sentimientos, pensamientos o recuerdos.²⁴¹ Este presente es percibido siempre como una retrospectión, ya que cuando es pensado “como debiendo ser, no es todavía; y cuando lo pensamos como existente, ya ha pasado”.²⁴² El pretérito sería como el punto intermedio que permite advertir y elucidar la acción: “No vuelve a la conciencia más que en la medida en que puede ayudar a comprender el presente y a prever el futuro”.²⁴³ De modo, que como el presente puro como tal es imperceptible, lo que es asible es el paso, el progreso del pasado hacia el devenir que experimentamos como duración.

Entre el tiempo cosmológico y el fenomenológico que anunciábamos al principio de este párrafo, Paul Ricoeur propone un *tercer tiempo* capaz de salvar las aporías que el tiempo físico y el psíquico plantean por separado. Éste es un tiempo humano centrado en la vivencia, en el que “se conjugan la representancia del pasado mediante la historia y las variaciones imaginativas de la ficción, sobre el fondo de las aporías de la fenomenología del tiempo”.²⁴⁴ Además éste se encuentra muy vinculado al relato, dado que Ricoeur parte de la hipótesis, que parece más bien la consumación de sus tres volúmenes

²³⁷ H. Bergson (1977) *op. cit.*, p. 23.

²³⁸ H. Bergson (1977) *op. cit.*, p. 55

²³⁹ H. Bergson (1977) *op. cit.*, pp. 15-16

²⁴⁰ H. Bergson (1977) *op. cit.*, pp. 55-56

²⁴¹ Sobre el alcance psicológico de la temporalidad cf. G. Giovanelli y G. Mucciarelli (1978) *Lo studio psicologico del tempo*. Bolonia: Cappelli.

²⁴² H. Bergson (1977) *op. cit.*, p. 93.

²⁴³ H. Bergson (1977) *op. cit.*, p. 68.

²⁴⁴ P. Ricoeur (2006) *op. cit.*, p. 917.

sobre el tiempo, de que “no existiría tiempo pensado si no fuera narrado”.²⁴⁵ Del mismo modo que, para nosotros, no existiría identidad o yoidad si no fuese narrativa, como ya anunciamos en el capítulo II. Este *tercer tiempo* articula directamente, en el plano de la historia común (vida cotidiana) los tres éxtasis de la temporalidad: el futuro, bajo el signo del horizonte de espera; el pasado, bajo el de la tradición; y el presente, bajo el del intempestivo.²⁴⁶ La experiencia del ‘ahora’, que Agustín había planteado en sus *Confesiones*, es reinterpretada por Ricoeur como un presente narrado que surge en el instante mismo de la enunciación. Para tener un presente es necesario que alguien hable, dice Ricoeur parafraseando a Émile Benveniste: “El presente es entonces señalado por la coincidencia entre un acontecimiento y el discurso que lo enuncia”.²⁴⁷ Recordemos que para Benveniste el *yo-aquí-ahora* –este presente existencial del que hablan Agustín, Dilthey o Ricoeur– constituye el ‘centro deíctico’ o el ‘punto cero’ desde el cual interpretar la situación comunicativa.²⁴⁸ De manera que el vínculo entre la construcción del *yo*, la temporalidad y la narración es autopoietico. Pero, además, de que una voz hable, tiene que hablar a alguien, aunque ése sea él mismo. En el diálogo interior ya estamos dirigiéndonos a nosotros mismos como estuviésemos hablando con otros. Y es que el *tú* siempre está implícito en cualquier forma de discurso.

4.3.2.1. La memoria subjetiva

Ahora bien debe tenerse presente que las narrativas mediáticas, como discutiremos en el apartado 4.4.4. pormenorizadamente, recuerdan quiénes somos, quiénes fuimos y quiénes llegaremos a ser. Hecho que nos induce a considerar que estos relatos proporcionan la base de las identificaciones de los sujetos y los grupos. A este respecto, valga mencionar que la experiencia intersubjetiva se encuentra muy ligada a la memoria, puesto que juega un

²⁴⁵ P. Ricoeur (2006) *op. cit.*, p. 991.

²⁴⁶ P. Ricoeur (2006) *op. cit.*, p. 782.

²⁴⁷ P. Ricoeur (2006) *op. cit.*, p. 790.

²⁴⁸ Sobre enunciación, cf. Ch. Bally (1932) *Linguistique générale et linguistique française*. París: Ernest Leroux. Sobre teoría de la enunciación, cf. E. Benveniste (1997) *op. cit.*

papel fundamental en la construcción de la yoidad. Esto se debe a que en ella se forjan los contenidos de la vivencia que conceden coherencia a la historia personal de cada sujeto. Como ya intuyese Platón en algunos de sus pasajes del *Menón* o en los mitos del viaje de las almas en el *Fedro* y como ha señalado Emilio Lledó, “la memoria es el acceso al conocimiento del sí”.²⁴⁹ Para el filósofo griego, como ha puesto de manifiesto el teórico en sus meditaciones sobre el mito platónico, la memoria es posibilidad de pervivir, “no sólo porque ser es preexistir, sino, sobre todo, porque memoria es rastro de temporalidad, ausente presencia de la vida”.²⁵⁰ La memoria es así entendida como vida interior, construcción que sale desde dentro y que sólo tiene sentido en la intimidad.

No obstante, Agustín profundiza en esta concepción interior de la memoria y supera la visión platónica. Quizás fuese él el que primero estudió a fondo el vínculo entre la memoria y la interioridad sin tender a reduccionismos. De un modo similar al platónico, el curso continuo de la vida personal está muy vinculado con la experiencia interior considerada lugar de encuentro con uno mismo. Sin embargo, para el filósofo latino, la memoria es una facultad del alma que hace posible la comprensión o valoración de la existencia subjetiva y, al mismo tiempo permite la comprensión de la vida objetiva: “No podríamos hablar de esas cosas si no encontráramos en nuestra memoria, no sólo los sonidos de las palabras de acuerdo con las imágenes impresas en ella por los sentidos del cuerpo, sino también las nociones de las propias cosas que no hemos recibido por ninguna puerta del cuerpo”,²⁵¹ sino por el alma. Estas imágenes primordiales han sido tomadas por la memoria cuando estaban presentes y así ayudan a las personas a recordarlas cuando están ausentes.²⁵² El *yo* agustiniano es un *yo* que recuerda, un ser que tiene un alma y una memoria que le permiten hallar respuesta a sus interrogantes.

No obstante, aunque para Agustín la fuerza de la memoria fuese grande y durante algunos siglos se considerase que la única forma de vencer

²⁴⁹ E. Lledó (1992) *op. cit.*, p. 74.

²⁵⁰ E. Lledó (1992) *op. cit.*, p. 85.

²⁵¹ San Agustín (2003) *op. cit.*, l. X, cap. XIV, p. 251.

²⁵² San Agustín (2003) *op. cit.*, l. X, cap. XVI, pp. 253-254.

a la muerte era mediante el recuerdo,²⁵³ la memoria fue pronto relegada al olvido y el cartesianismo la sepultó. El desprecio profesado por Descartes o Thomasius y sus seguidores se basaba en la creencia de que las ideas eran innatas al alma desde el nacimiento, de modo que la memoria carecía de importancia metafísica.²⁵⁴ Posteriormente, con el auge del sensualismo y el empirismo lockiano, se comenzó a apreciar que la memoria tenía una importante función mental en el almacenamiento de las impresiones sensoriales.²⁵⁵ Sin embargo, el desprestigio de la memoria fue una constante hasta prácticamente la publicación de la monumental obra *En busca del tiempo perdido* de Marcel Proust, para quien la realidad sólo se conforma en la memoria.²⁵⁶ Como ha señalado Harald Weinrich, el escritor francés distingue entre dos memorias: una *voluntaria*, controlada de forma racional y que corresponde a la inteligencia, pero incapaz de llegar a la verdadera imagen del pasado; y una *involuntaria*, que se sustrae al control de la razón y que no responde a la voluntad, ya que es espontánea.²⁵⁷ Esta última es la única que puede verdaderamente recobrar el pasado en su presencia sensible y con la integridad y la plenitud del sentido del recuerdo.²⁵⁸ El tiempo al que alude Proust es el tiempo vivido que tiene sus presupuestos filosóficos en las aportaciones de Henri Bergson. Recordemos que para él, como para Dilthey, el supuesto empírico de la vida psíquica se apoya en los procesos. Así, la memoria es la capacidad de recordar, de preservar las huellas de uno mismo, interpretar fragmentos, reconstruir el mundo de ayer sobre la base de signos reveladores.²⁵⁹ De este modo, la existencia y la experiencia están impregnadas de recuerdos que se incorporan también en la percepción presente, con tanta intensidad que, a veces, no puede decirse dónde termina

²⁵³ Como ha expresado Harald Weinrich, "Dante Alighieri levantó entorno de la memoria de los muertos, siempre amenazada por el olvido, la imperecedera catedral de su *Divina Comedia*". H. Weinrich (1999) *op. cit.*, p. 55. Recordemos que la obra fue escrita en el siglo XIV, época medieval en la que la memoria tenía gran prestigio.

²⁵⁴ H. Weinrich (1999) *op. cit.*, p. 114-115. Cf. Voltaire (1967) "Aventure de la mémoire" en *Romans et Contes*. París: Gallimard, pp. 501-504.

²⁵⁵ H. Weinrich (1999) *op. cit.*, pp. 114-115.

²⁵⁶ H. Weinrich (1999) *op. cit.*, p. 246.

²⁵⁷ H. Weinrich (1999) *op. cit.*, p. 247.

²⁵⁸ Sobre el recuerdo cf. F. C. Bartlett (1967) *op. cit.*; y E. S. Casey (1987) *Remembering*. Bloomington, IN: Indiana University Press.

²⁵⁹ F. Ferrarotti (1990) *op. cit.*, pp. 28-29.

la percepción y dónde comienza el recuerdo.²⁶⁰ La memoria inserta fragmentos del pasado en el presente que pertenecieron a la percepción, así el recuerdo termina insertándose en la vivencia presente de un modo casi inapreciable.

No olvidemos que la dicotomía objetivo-subjetiva también ha guiado el pensamiento sobre la memoria, que ha transitado entre dos aguas: su aprehensión estructural o su apropiación personal. Mientras que Agustín, Henri Bergson o Marcel Proust han dado mayor énfasis a la toma de conciencia interior, es decir, a su vivencia subjetiva,²⁶¹ Maurice Halbwachs o Jan Assman han reflexionado sobre la función de la memoria como un hecho eminentemente social. Pero ¿es ésta una cuestión colectiva o individual? Volveremos sobre esta cuestión en el capítulo V donde cuestionaremos si realmente puede existir una memoria individual más allá de la memoria cultural, comunicativa y social.²⁶² Por el momento, adelantaremos que la memoria, como ha expresado Franco Ferrarotti, no es nunca sólo voluntaria ni únicamente subjetiva: “Necesariamente recuerda y se refiere al contexto. Imágenes, fragmentos de la experiencia, vistas y olores de los alrededores, tardes de la infancia, el perfume de un primer amor, el terror de los exámenes de la escuela surgen inesperadamente”.²⁶³ Imágenes que, como veremos más adelante, se repiten arquetípicamente y son inspiradas por los relatos de los medios de comunicación. En este sentido, la memoria no es simplemente una cuestión individual, ya que cuenta con un vínculo necesario con la comunidad: se entreteje de experiencias colectivas, imágenes de la vida de otros y relatos mediáticos, como veremos. La memoria no es sólo un mecanismo de la razón, sino también, necesariamente, una herramienta de la pasión y de la vida existencial. De la unión de estas experiencias vividas propias y ajenas surge una matriz compleja que se vivencia desde el propio cuerpo, en el espacio y, sobre todo, como ya hemos expresado, en el tiempo. Y transita así, “del ser al devenir”.²⁶⁴ La memoria como ha propuesto Henri

²⁶⁰ F. Ferrarotti (1990) *op. cit.*, p. 66.

²⁶¹ No quiere decir que no sea ésta contextual.

²⁶² Véase el apartado 5.2.

²⁶³ F. Ferrarotti (1990) *op. cit.*, p. 30.

²⁶⁴ F. Ferrarotti (1990) *op. cit.*, p. 31.

Bergson tiene su momento fundamental en la conciencia del individuo, pero no podemos olvidar que no se agota en él, ya que aparece en un contexto preciso y se extiende a lo largo de su biografía vital. Quizás la distinción habitual entre recuerdo y memoria que procede del Romanticismo ayude a matizar: el recuerdo es aquella memoria privatizada que tiene una dimensión individual y biográfica (mis recuerdos); la memoria es aquella matriz pública y cultural heredada por los antepasados, como diría Tzevtan Todorov: “Es el conocimiento de cierto número de códigos de comportamiento, y la capacidad de hacer uso de ellos”.²⁶⁵ Ante la ausencia y la fugacidad de las cosas, la memoria es capaz de hacer presente mediante el lenguaje aquello que ya no es, pero que sigue siendo en tanto es nombrado.

Además, la memoria, como ha señalado Ferrarotti, también es un elemento esencial en los documentos biográficos. Mientras que en los *Fragmentos de un diario íntimo* de Henri-Frédéric Amiel²⁶⁶ funciona como un instrumento de autoafirmación, en los *Diarios Secretos* de Wittgenstein,²⁶⁷ más allá “de ser el mero instrumento de un ejercicio cotidiano esencialmente narcisista se transforma en el tormento y al mismo tiempo, momento decisivo de la autoidentificación y la constitución de la personalidad”.²⁶⁸ Y es que la memoria es la matriz que permite reconstruir la narración vital, sin ella el relato carece de fundamentos. Y narrar puede entenderse como una estrategia esencialmente memorística, como ha expresado Walter Benjamin en su ensayo “El narrador”. Para Benjamin, el narrador se nos presenta en toda su incidencia viva, ya que “toma lo que narra de la experiencia; la suya propia o la transmitida, y la torna a su vez, en experiencia de aquellos que escuchan su historia”.²⁶⁹ El control y la gestión del tiempo serían algunas de sus marcas más evidentes, ya que el narrador se encarga de establecer el tiempo de la historia y el del discurso, es decir, va mostrando a su ritmo y de manera artificial, el transcurso natural del tiempo y va creando un discurso propio sobre la historia. La interacción entre el mundo representado y el que

²⁶⁵ T. Todorov (2000) *Los abusos de la memoria*. Barcelona: Paidós, p. 22.

²⁶⁶ Cf. H. F. Amiel (1951) *Fragmentos de un diario íntimo*. Barcelona: José Janés Editor.

²⁶⁷ Cf. L. Wittgenstein (1991) *Diarios secretos*. Madrid: Alianza.

²⁶⁸ F. Ferrarotti (1990) *op. cit.*, p. 59.

²⁶⁹ W. Benjamin (1991) “El narrador” en *Para una crítica de la violencia y otros ensayos*. Buenos Aires: Taurus, p. 115.

representa se revela claramente en los elementos que componen la obra. El narrador se desliza soberanamente a través del tiempo de la representación: puede comenzar su narración por el principio o por el final, sin que se destruya, no obstante, el trazado objetivo del tiempo del evento representado.

Cada cronista testimonial relata su historia en diferentes órdenes: engrandece algunos eventos o silencia fragmentos que no quiere dar a conocer, como veremos. Y es que toda reconstrucción biográfica es una recapitulación, una retrospectiva que necesariamente tiene que transitar entre los diferentes tiempos subjetivos de su creador y los tiempos objetivos de las estructuras contextuales. El vertiginoso desorden que parece ser la historia de cada uno se vuelve orden: con su organización, centrada en las causas y los efectos, con el principio y el fin. En su lucha por conquistar el presente,²⁷⁰ el texto narrativo testimonial sólo se remite al pasado como esfera de lo que fue y de lo que está siendo, que ya no es. Pero, al mismo tiempo, evidencia una potencialidad infinita: la vuelta sobre el recuerdo. Como ha señalado Lluís Duch, desde una perspectiva antropológica hay que tener en cuenta que la memoria humana “pone de relleno la radical finitud y fragmentariedad del hombre tanto en el orden del ser como en el del conocimiento y la acción”.²⁷¹

Pero la memoria no es sólo una facultad que recuerda, implica selección y elección, por lo que también olvida u omite. No obstante, hay que recordar como ha puesto de manifiesto Tzvetan Todorov en *Los abusos de la memoria* que “la memoria no se opone en absoluto al olvido. Los dos términos para contrastar son la supresión (el olvido) y la conservación; la memoria es, en todo momento y necesariamente, una interacción de ambos”.²⁷² El olvido, casi siempre connotado de forma peyorativa, es una estrategia necesaria –siempre que no sea enfermedad– que permite elegir los elementos relevantes o descartar los que carecen de importancia. De manera que los dos movimientos son constructivos y permiten al sujeto construir su

²⁷⁰ M. Maffesoli (1983) *La conquista del presente*. Rome: Ianua.

²⁷¹ L. Duch (2010) *op. cit.*, p. 229.

²⁷² T. Todorov (2000) *op. cit.*, pp. 15-16.

relato vital mediante la elección y la omisión de fragmentos. Entre la esfera de la acción y la memoria pura, el sujeto no deja nunca de estar vinculado a su pasado. La construcción subjetiva del *yo* emerge de “las imágenes que éste posee del pasado”.²⁷³ Así, la temporalidad, la vivencia y la memoria emergen unidas como las características esenciales del relato testimonial. Narrar quién soy, necesariamente, es una vuelta al pasado de la vivencia y una selección, una recapitulación, una nueva recreación. ¿Qué queda de la acción más que las huellas del recuerdo?

Finalmente, la reconsideración de la temporalidad narrativa debe entenderse como la interacción necesaria entre el tiempo del calendario, aquél que establece puntos de referencia y marca las duraciones comunes y públicas (repetición, recurrencia o equivalencia) y el tiempo subjetivo, que es un tiempo socializado y contextualizado, pero también es un tiempo imaginario, como lo llama Cornelius Castoriadis. Y es que el tiempo, en palabras del autor, jamás se instituye como medio puro o neutro y está siempre dotado de significación.²⁷⁴ Es precisamente esta adquisición de significación la que otorga a la temporalidad su estatuto de vivencia: el tiempo humano es, para nosotros, en cuanto es vivido, y en cuanto adquiere significaciones diversas gracias a la cultura y a los medios.

4.3.3. La configuración narrativa e imaginativa de los relatos biográficos

La cuestión central que guiará el horizonte de nuestra argumentación, y que trataremos de resolver en este apartado, podría resumirse con el siguiente interrogante: ¿cómo se construye el relato del *yo* en la vida cotidiana? Para resolverlo, partiremos de un enfoque relacional y discursivo, según el cual la autoconcepción no es más que una puesta en escena y en palabras de los lenguajes que el sujeto encuentra disponibles en la esfera pública o social. Y es que no podemos olvidar, como ha expresado José María Valverde, que “el lenguaje en su desarrollo efectivo, por más consabido que parezca, siempre

²⁷³ T. Todorov (2000) *op. cit.*, pp. 25-26.

²⁷⁴ Cf. C. Castoriadis (1997) *Ontología de la creación*. Bogotá: Ensayo y Error.

participa algo, ‘comunica’”.²⁷⁵ A su juicio, esto ocurre rara vez con intención meramente informativa o en términos que pretendan ser objetivos. En cambio, lo hace “narrando, contando, más bien afirmando y exponiendo”.²⁷⁶

4.3.3.1. Estrategias retóricas y modelos de narración personal

A continuación trataremos de describir la *dispositio* habitual de las crónicas del *yo*. Para ello analizaremos diversas estrategias de construcción de narrativa. Las interesantes aportaciones de Kenneth J. Gergen, sobre los modelos de narración personal nos serán de utilidad. Como ha expresado el autor los modos, es decir, el ‘cómo’ los individuos cuentan sus historias es de gran relevancia. Como Gergen ha puesto de manifiesto, la manera en que recalcan u silencian una serie de elementos; el modo en que se posicionan, como protagonistas héroes o víctimas; o la relación que establecen entre el que cuenta y el público permite moldear lo que los sujetos declaran de sus propias vidas.²⁷⁷ Además, “las historias personales no son meramente un modo de contar a alguien (a sí mismo) la propia vida; son los medios a través de los cuales las identidades pueden ser moldeadas”.²⁷⁸ Y es que existen numerosas convenciones narrativas que sirven para crear un sentido de coherencia y dirección en los relatos vitales, además de recubrir de significación los acontecimientos más relevantes. En relación con el autoretrato o las autonarraciones,²⁷⁹ que nosotros hemos llamado crónicas del *yo*, Gergen distingue entre tres modalidades diferentes de construir la ‘identidad narrativa’ que se combinan en las diferentes formas de relato²⁸⁰ y que se utilizan continuamente en la vida cotidiana. Serían las siguientes: A) las narraciones de estabilidad, B) las narraciones progresivas y C) las narraciones regresivas, como describimos a continuación:

²⁷⁵ J. M. Valverde (1984) *op. cit.*, p. 23.

²⁷⁶ *Ibíd.*

²⁷⁷ K. J. Gergen (1996) *op. cit.*, p. 240.

²⁷⁸ *Ibíd.*

²⁷⁹ Para Gergen las autonarraciones “son una suerte de instrumentos lingüísticos incrustados en las secuencias conversacionales de acción y empleado en las relaciones de tal modo que sostenga, intensifique o impida diversas formas de acción”. K. J. Gergen (1996) *op. cit.*, p. 234.

²⁸⁰ El autor se refiere aquí a las categorías que utiliza Northrop Frye: comedia, novela, tragedia y sátira. N. Frye (1991) *op. cit.*

A) Las *narraciones de estabilidad* son aquellas que vinculan los acontecimientos de tal modo que la trayectoria del individuo permanece esencialmente inalterada en relación a una meta o resultado.²⁸¹ Como dice el autor, la vida de la persona fluye ni mejor ni peor. No avanza, sino que permanece igual, sin cambios. Aquí el sujeto manifiesta un valor positivo: “Continúo triunfando como siempre”; o uno negativo: “Me persigue una vez más el gafe habitual”, que evidencian su estabilidad. B) Las *narraciones progresivas* son aquellas que vinculan entre sí acontecimientos de tal modo que el movimiento a lo largo de la dimensión evaluativa y a lo largo del tiempo sea incremental.²⁸² Es decir, anticipan el incremento de una virtud. El individuo manifestaría así, por ejemplo: “Estoy superando mis dificultades para llegar puntual y no hacer esperar a los demás”. C) Las *narraciones regresivas* serían aquellas cuyo movimiento es decreciente, es decir, anticipan la disminución. El sujeto aquí manifiesta su incapacidad para incrementar o mantener su situación: “Cada vez me cuesta más expresarme con claridad”.

En una línea parecida, Agnes Hankiss ha propuesto cuatro estrategias narrativas biográficas u ‘ontologías’, como las llama ella, que podrían estructurar, en cierta medida, la trama principal o la narración del *yo*.²⁸³ La propuesta recuerda bastante a la de Gergen, ya que hay dos estructuras de relatos de estables y otras dos que sufren una transformación. El primero de los recursos de estabilidad, para Hankiss, sería el llamado ‘dinástico’, que se podría resumir como aquél buen pasado que da lugar a un buen presente. Un ejemplo típico de esta clase de narración podría ser el culto al resultado: ‘Un gran esfuerzo, tendrá sus frutos’. El segundo, el ‘autoabsolutorio’, es justamente su oposición: un mal pasado da lugar a un mal presente, o lo que es lo mismo: ‘Si obras mal, tendrás un castigo.’ El cuanto a los relatos que sufren una transformación, Hankiss propone el ‘antiético’, aquél que transita del mal pasado al buen presente y que, en cierta medida, recuerda a la *narración progresiva* de Gergen; y el ‘compensatorio’, que sería justo el contrario: un buen pasado da lugar a un mal presente, similar a la narración

²⁸¹ K. J. Gergen (1996) *op. cit.*, p. 242.

²⁸² *Ibíd.*

²⁸³ A. Hankiss (1981) “Ontologies of the Self” en D. Bertaux (ed.) *Biography and Society*. Beverly Hills, CA: Sage, pp. 203-209. (T. d. A.).

regresiva, ya explicada. Este tipo de recurso de análisis puede resultar de gran utilidad, ya que evidencia cierta continuidad narrativa en los recorridos personales. Tampoco podemos olvidar que los relatos vitales no se originan en el sujeto propiamente dicho, sino que como diría Gergen son “procesos sociales realizados en el enclave de lo personal”.²⁸⁴ Dicho con otras palabras, no es posible excluir la crónica del *yo* de su marco de referencia, por lo que estudiar al sujeto necesariamente implica estudiar lo social y viceversa, clave que evidenciaría las bases de nuestra dialéctica general.

En cuanto a los recursos retóricos propios de las crónicas del *yo* podríamos señalar cinco elementos clave: A) *Estructura*: el orden responde a una tendencia cronológica variable. Si bien podemos hallar numerosas piezas que comienzan por el principio, como el caso de la clásica obra de Goethe *Poesía y verdad*, que comienza así: “Al medio día del 28 de agosto de 1974, al sonar la duodécima campanada, vine al mundo en Francfort de Main (...)”.²⁸⁵

No olvidemos que no todas las narraciones biográficas siguen la estructura clásica temporal: pasado, presente, futura y pueden alternar experiencias de la niñez, madurez y vejez. B) *Coherencia*: es común que haya una cierta asociación lógica entre las ideas. El discurso suele proveer un eje conector que otorga sentido totalizador, como ya hemos expresado. C) *Enunciación*: lo más habitual es el uso de la primera persona, de modo que el narrador se convierte a su vez en el personaje principal, construido para sí y para los demás. Pero también es bastante común que el personaje se distancie de su propia historia y utilice la tercera persona. D) *Marcas lingüísticas*: Rolf Eberenz en su artículo “Enunciación y estructuras metanarrativas en la autobiografía” ha señalado que existen ciertas expresiones comunes que organizan la exposición y que tienen la utilidad de rememorar y de marcar el orden propio del relato. El investigador expresa que existen tres tipos de verbos *metacomunicativos* que cumplen funciones diferentes en la ordenación del relato del *yo*: los referidos al acto de la rememoración como: ‘no recuerdo bien’ o ‘nunca olvidaré’; los declarativos como ‘diré’ o ‘hablaré’ que permiten otorgar coherencia, realizar digresiones

²⁸⁴ K. J. Gergen (1996) *op. cit.*, p. 259.

²⁸⁵ J. W. Goethe (1999) *op. cit.*, p. 25.

y volver al tema central; y por último, los reflexivos entre los que podemos hallar: *creer, parecer, pensar, preguntarse, saber*.²⁸⁶ Además existen, a su juicio, cuatro categorías sémicas que pueden hacer referencia, o bien a la actitud mental del narrador, a la actuación de éste como sujeto enunciador, al plano del discurso, o bien al plano del relato.²⁸⁷ Y E) *Pronominalización*: la manifestación de los pronombres personales y en especial del 'yo' es un rasgo evidente en este tipo de piezas. De hecho, tal y como menciona Jean-Pierre Boutinet: "La inflación de lo pronominal en los discursos (sí, sí mismo, yo mismo, etc.) corrobora el lugar adquirido por la individualización"²⁸⁸ o, como diría Habermas, al lugar desde el que el hablante adquiere notoriedad: "La expresión 'yo' no solamente tiene sentido deíctico de referirse a un objeto sino que también indica la actitud pragmática o la perspectiva en la que o desde la que el hablante se manifiesta".²⁸⁹ Quizás sea preciso matizar que, como ha expresado Graciela Reyes, "son deícticos los pronombres personales, que identifican a los participantes del acto comunicativo, también lo son expresiones como aquí, allí, ahora, ayer".²⁹⁰ Estos elementos aparecen constantemente en los egodocumentos y en las narrativas mediáticas identitarias. Con razón Bertrand Russell los llamó 'particulares egocéntricos'. Aunque algunos autores como Paul Ricoeur consideren que el deíctico es un término impreciso,²⁹¹ o la misma Reyes exprese que estas expresiones pueden resultar vacías si se las saca de contexto,²⁹² no podemos olvidar que aquí las estamos señalando como parte de un contexto, es decir, un origen determinado, un lugar, un tiempo o una intención comunicativa. El yo sería,

²⁸⁶ R. Eberenz (1991) "Enunciación y estructuras metanarrativas en la autobiografía" en A. Lara Pozuelo (ed.) *La autobiografía en lengua española en el siglo XX*. Lausana: Hispania Helvética, p. 49.

²⁸⁷ *Ibidem*.

²⁸⁸ J.-P. Boutinet (1999) *op. cit.*, p. 187.

²⁸⁹ J. Habermas (1988) *op. cit.*, p. 150.

²⁹⁰ G. Reyes (1990) *op. cit.*, p. 16. Como ha señalado la autora en la misma página: "Los deícticos están en el límite entre la semántica y la pragmática. ¿Hasta dónde llega la semántica, y dónde empieza la pragmática? Para muchos lingüistas, la pragmática empieza en los deícticos y otros elementos similares, que forman parte de la gramática de una lengua, pero no son independientes del contexto. A partir del momento en que para asignar significado a expresiones lingüísticas, debemos recurrir al contexto, estamos haciendo pragmática."

²⁹¹ P. Ricoeur (1996) *op. cit.*, p. 29.

²⁹² G. Reyes (1990) *op. cit.*, p. 10.

por tanto, un conector lingüístico que toma su significado de las redes de términos por las que adquiere un sistema discursivo de subjetividad.

4.3.3.2. Los mitos personales y la configuración de las imágenes primordiales

Otro autor, que ha trabajado en profundidad la dimensión narrativa de las crónicas del *yo* es el psicólogo social Dan P. McAdams. Para él, los individuos crean una suerte de ‘mito personal’ que comienzan a utilizar “en la adolescencia tardía y la joven edad adulta para proveer sentido en su vida con unidad o dirección y para articular un nicho significativo en su mundo psicosocial”.²⁹³ El acceso a la historia vital es el único medio para alcanzar el conocimiento del *yo*. Este mito personal, que no es más que “un tipo especial de historia que cada uno de nosotros construye naturalmente para agrupar las diferentes partes de nosotros y de nuestras vidas en un todo razonable y convincente”,²⁹⁴ se constituye como un acto imaginativo capaz de integrar “nuestro pasado recordado, nuestro presente percibido y nuestro futuro anticipado”.²⁹⁵ Además, como todas las historias tiene una estructura definida en relación al desarrollo del argumento y del personaje, y se organiza en relación a las tres partes clásicas del relato: introducción, nudo y desenlace. La observación de esta historia, que tácitamente, incluso inconscientemente, ha sido compuesta a lo largo del paso de los años, y que es continuamente revisada en su acontecer actual; permitirá tanto al observador, como al sujeto en cuestión, dilucidar sus propias particularidades. Recordemos que los mitos pueden incorporar esquemas tipificadores (de tenor arquetípico, estereotípico y típico) que permiten a los sujetos desarrollar su imaginación y aprehender, como ha expresado Dan McAdams, “las verdades psicosociales, sociológicas, cosmológicas y metafóricas de una sociedad dada”.²⁹⁶

²⁹³ D. P. McAdams (1993) *op. cit.*, p. 11. (T. d. A.).

²⁹⁴ D. P. McAdams (1993) *op. cit.*, p. 12. (T. d. A.).

²⁹⁵ D. P. McAdams (1993) *op. cit.*, p. 12.

²⁹⁶ D. P. McAdams (1993) *op. cit.*, p. 34. (T. d. A.).

Quizás el elemento más relevante de los mitos personales es que, como ha expresado el psicólogo norteamericano, contienen y expresan un conjunto de imágenes características, que claramente están inspiradas por las imágenes de la cultura que circulan en los medios de comunicación.²⁹⁷ El autor llama a los caracteres principales que dominan nuestra vida *stories imagoes*, que podríamos traducir como ‘imágenes narrativas del yo’, que son idílicas, ideales o típicas.²⁹⁸ Las *imagoes*²⁹⁹ son una de las claves narrativas de las identificaciones, ya que proporcionan mecanismos para reducir la complejidad de la vida moderna. Según McAdams: “Mientras el individuo busca modelos y organización para su identidad, la persona en su temprana edad adulta psicológicamente une los roles sociales y otros aspectos divergentes del yo para formar *imagoes* integradas”.³⁰⁰ Pero ¿dónde busca estos referentes? En la cultura, en general, y en la cultura mediática, en particular. Es preciso subrayar, que el concepto de *imago*, en tanto imagen idealizada y personalizada del yo, tal y como ha expresado McAdams, es heredero de algunas de las nociones de la psicología clínica psicoanalítica y la psicología social cognitiva, entre las que cabe destacar los ‘arquetipos’ de Carl Gustav Jung;³⁰¹ las ‘personificaciones de Harry Stack Sullivan’;³⁰² los ‘objetos interiorizados’ de los psicólogos de la Escuela Británica de las relaciones objetales;³⁰³ los ‘ego states’ de Eric Berne;³⁰⁴ las ‘*wished for self-images*’ de Edith Jacobson;³⁰⁵ los ‘esquemas del sí’ de Hazel Rose Marcus;³⁰⁶ los

²⁹⁷ D. P. McAdams (1993) *op. cit.*, p. 55.

²⁹⁸ Cf. D. P. McAdams (1985) “The ‘Imago’” en P. Shaver (ed.) *Self, Situations and Social Behaviour*. Beverly Hills, CA: Sage, pp. 116-141.

²⁹⁹ Al no hallar una traducción más concreta hemos preferido mantener el término en inglés.

³⁰⁰ D. P. McAdams (1993) *op. cit.*, p. 122. (T. d. A.).

³⁰¹ Cf. C. G. Jung (1949) *Psychology of the Unconscious*. Nueva York, NY: Dodd, Mead & Company.

³⁰² H. S. Sullivan (1964) *La teoría interpersonal de la psiquiatría*. Buenos Aires: Psique.

³⁰³ Cf. D. W. Winnicott (1999) “Objetos y fenómenos transicionales” en *Escritos de pediatría y psicoanálisis*. Barcelona: Paidós, pp. 307-324; W. R. D. Fairbairn (1978) *Estudio psicoanalítico de la personalidad*. Buenos Aires: Hormé; y H. Guntrip (1995) *Personality Structure and Human Interaction*. Londres: Karnac Books.

³⁰⁴ E. Berne (1989) “Ego States in Psychotherapy.” *TACD Journal*, 17(2), 127-141; y (1966) *Juegos en los que participamos*. México: Diana.

³⁰⁵ Cf. E. Jacobson (1964) *The Self and the Object World*. Nueva York, NY: International Universities Press.

³⁰⁶ H. R. Markus (1977) “Self-Schemata and Processing Information about the Self.” *Journal of Personality and Social Psychology*, 35(2), 63-78.

‘prototipos’ de Nancy Cantor y Walter Mischel³⁰⁷ o los ‘*subselves*’ de Colin Martindale.³⁰⁸ En esta exposición, como es evidente, no nos adentraremos en estos conceptos, pero nos sirven para señalar el carácter imaginativo de la construcción subjetiva.

Las *imagoes* de McAdams están ‘personificadas’ porque, en cierta medida, consciente e inconscientemente, funcionan como si fueran caracteres o personajes porprios y tienden hacia una cierta unidad central o ‘única categoría narrativa’.³⁰⁹ Es importante señalar que el concepto de *imago* no es equivalente al de rol, por la sencilla razón de que una *imago* puede agrupar varios roles en sí misma. Tampoco es equivalente al de persona. Estas imágenes son modelos arquetípicos para el pensamiento y la conducta humana, como ha expresado el investigador, que componen personificaciones idealizadas en los mitos personales y que, sin duda, guardan un parecido semejante al de las figuras que aparecen en los medios. Es decir, existen como personajes en las crónicas vitales, pero no como personas reales en la vida misma. Dicho con otras palabras, el sujeto no es esas imágenes, sin embargo, sus identificaciones se constituyen gracias a ellas.³¹⁰ También es preciso apuntar, que las imágenes no son la historia completa, puesto que además de los caracteres principales existen otros secundarios. Además, una historia también podría analizarse a la luz del tema, el escenario el tono o el argumento.³¹¹ Finalmente, habría que matizar que estas *imagoes* son necesariamente positivas o negativas en tanto funcionan de manera simplificada, y son comunes y únicas a un tiempo, puesto que son cambiantes. En palabras del autor:

“Las imágenes son aspectos personales a cerca de quién crees que eres ahora, quién fuiste, quién podrías ser en el futuro, quién deseaste ser, o quién temes que podrías llegar a ser. Uno o todos estos aspectos del yo –el yo percibido, el yo del pasado, el del

³⁰⁷ N. Cantor y W. Mischel (1979) “Prototypes in Person Perception” en L. Berkowitz (ed.) *Advances in Experimental Social Psychology 12*. Nueva York, NY: Academic Press, pp. 3-52.

³⁰⁸ C. Martindale (1980) “Subselves” en L. Wheeler (ed.) *Annual review of personality and social psychology 1*. Newbury Park, CA: Sage, pp. 193-218.

³⁰⁹ D. P. McAdams (1993) *op. cit.*, pp. 122-123.

³¹⁰ D. P. McAdams (1993) *op. cit.*, p. 124.

³¹¹ *Ibíd.*

futuro, el deseado, el indeseado—pueden ser incorporados en los caracteres principales de los mitos personales”.³¹²

A continuación, describiremos los seis principios básicos de las imágenes del *yo*, propuestos por el psicólogo, y desarrollaremos aquellos aspectos que consideramos de mayor relevancia.³¹³ En primer lugar, las *imagoes* expresan los principales deseos y objetivos de los sujetos. Mediante ellas, pueden dar voz a sus ideales, o lo que es lo mismo, aluden a su ‘yo ideal’ en un sentido freudiano. Aquí entraríamos en el terreno de las aspiraciones y motivaciones más profundas. Como ha remarcado McAdams, somos capaces de dar voz a nuestros “deseos básicos construyendo personajes en nuestras historias que claramente personifican lo que queremos”.³¹⁴ De este modo, de forma imaginativa, el sujeto da cabida a las inclinaciones que no es capaz de asumir en la vida cotidiana real. Como veremos esta propuesta reviste un interés fundamental para explicar cómo los medios condicionan los procesos de identificación. Éste, que anhela ser otro que no es, construye ‘Otro’, como diría Lacan, que le permite ser. Esta aspiración del sujeto, evoca, en cierta medida, al concepto de ‘yos posibles’ propuesto por Hazel Rose Markus y Paula Nurius.³¹⁵ Normalmente, los sujetos tienen una imagen bien articulada de lo que podrían, les gustaría o temen ser. Así, los deseos y temores son manifestados mediante la configuración de esta imagen ideal o ficticia del *yo*. En segundo lugar, McAdams puntualiza que al igual que los personajes en las historias, las imágenes pueden conllevar mitos en las escenas principales. En tercer lugar, las *imagoes* personifican las peculiaridades de cada sujeto y sus formas de comportamiento recurrente; y, además, proporcionan un vehículo narrativo gracias al cual una persona puede incorporar las peculiaridades adscritas. En cuarto lugar, las imágenes dan voz a los valores individuales aceptados y a los valores culturales propuestos. Es evidente que todas las sociedades generan un grupo de caracteres representativos o modelos que

³¹² D. P. McAdams (1993) *op. cit.*, p. 127. (T. d. A.).

³¹³ Además, trataremos de ejemplificar con fragmentos de las entrevistas realizadas algunas de las premisas propuestas.

³¹⁴ D. P. McAdams (1993) *op. cit.*, p. 127. (T. d. A.).

³¹⁵ H. R. Markus y P. Nurius (1986) “Possible Selves.” *American Psychologist*, 41(9), 954-959.

personifican las creencias y estándares de la sociedad en su conjunto.³¹⁶ Y estos modelos son, principalmente, creados y vehiculados por los medios de comunicación.

La relación y la influencia de la alteridad en la construcción de la *imago* es el quinto de sus principios básicos. Recordemos que la sociedad mediante sus estructuras de acogida, proporciona una serie de esquemas significativos; un acervo del conocimiento, que permite a los individuos crear universos simbólicos comunes. Estos materiales proporcionados por las diferentes instituciones (sean éstas la familia, la escuela, la nación, la religión o los medios de comunicación) ayudarán a los sujetos a configurar de manera ordenada sus relatos vitales. Sin embargo, además de los caracteres tipo ofrecidos (otros generalizados, como vimos en Mead) por la sociedad como modelos a seguir; también existen otra serie de referentes (‘otros significativos’) que ayudan a los sujetos a construir sus imágenes del *yo*. Estas interiorizaciones, identificaciones en un sentido freudiano, son de gran relevancia para McAdams, ya que permiten a los sujetos estructurar sus propias personalidades.³¹⁷

En algunos casos, los personajes son desarrollados en relación a modelos de los que los sujetos no son conscientes. Estas representaciones inconscientes son fruto de las relaciones con los *otros* sean generalizados o significativos. En otros casos, los personajes representan o se identifican, propiamente dicho, con personas o personajes concretos. En ambas situaciones, el mito personal debería ser interpretado como un conjunto de diálogos imaginarios con personajes reales y ficticios que, como diría McAdams, se compone de diferentes imágenes desarrolladas a lo largo del tiempo narrativo.³¹⁸

Además, como bien ha expresado Wilhem Dilthey, “no todas las vidas son igual de eficaces, y su riqueza sólo puede crecer con el acopio de las ganancias de otras vidas, otras interpretaciones, sobre todo, las mejores, las

³¹⁶ D. P. McAdams (1993) *op. cit.*, p. 129.

³¹⁷ D. P. McAdams (1993) *op. cit.*, p. 130.

³¹⁸ D. P. McAdams (1993) *op. cit.*, p. 131.

más intensas”.³¹⁹ Por último, el sexto principio de las *imagoes*, propuesto por el investigador, es que éstas pueden manifestar un conflicto vital. Es decir, muchos de los relatos vitales están contruidos bajo algún tipo de conflicto, sea de intereses, de objetivos o personajes. Estos aprietos pueden ser expuestos por el sujeto como elementos positivos o negativos y, como es evidente, tendrán una cierta incidencia en el desarrollo de la trama. En definitiva, cada personaje representa un modo particular de ser. Sin embargo, a pesar de que cada historia de vida contenga personajes principales únicos podemos hallar elementos comunes en los diferentes mitos personales. Para acabar, es importante matizar que, aunque estos mitos personales, como ha señalado el autor, dan sentido de unidad y motivo a nuestras vidas, sobre todo, es importante señalar que nuestras vidas conectan con otras vidas y nuestros mitos con otros mitos.³²⁰ Sin duda, entre estos podemos hallar los universos simbólicos más poderosos de nuestro tiempo, las narraciones mediáticas, como veremos a continuación.

4.4. EL VÍNCULO ENTRE NARRACIÓN Y COMUNICACIÓN

Después de haber descrito los tres grandes modelos de interpretación de la narración y haber explorado a fondo la configuración de los relatos testimoniales, en este apartado nos proponemos subrayar el carácter narrativo del discurso mediático y su poder terapéutico. Además, exploraremos las nuevas formas de narración egotista surgidas en la posmodernidad a la luz de las nuevas tecnologías.³²¹ Este recorrido nos permitirá llegar al estudio de las ‘narrativas mediáticas identitarias’ a las que consagraremos el último apartado. El antropólogo Lluís Duch ha hecho notar que toda comunicación siempre tiene lugar en el marco de las diversas ‘historias’ que configuran la vida cotidiana y, normalmente, cumple la función de ‘poner en común’ las diferencias entre las personas y sus intereses,³²² sean

³¹⁹ W. Dilthey (2000) *op. cit.*, p. 96.

³²⁰ D. P. McAdams (1993) *op. cit.*, p. 113.

³²¹ Nos referimos, sobre todo, a Internet, pero también a la comunicación con móvil o la televisión interactiva.

³²² L. Duch (2010) *op. cit.*, p. 83.

estos individuales o colectivos. Además, como ya observamos en el apartado anterior, la temporalidad es el eje que articula la narratividad y la vida diaria. Como ha puesto de manifiesto el antropólogo catalán: “En nuestra vida diaria, los recuerdos, las alusiones y las impresiones provenientes del pasado las articulamos narrativamente de acuerdo con las exigencias y las necesidades de nuestro presente”.³²³

Puede afirmarse pues, sin limitaciones, que la narración como forma de enunciación y razonamiento secuencial es el modo de expresión, por excelencia, de la comunicación humana. “Habitamos una pulsión narrativa o usamos la narrativa como dispositivo cognitivo, porque somos herederos del impulso de narrar, que es de naturaleza transcultural y transhistórica”,³²⁴ ha subrayado Omar Rincón. Así, nuestra premisa fundamental sería que las personas y los colectivos otorgan significación a sus experiencias comunicativas cotidianas de forma narrativa.³²⁵ Por ello, no es de extrañar que numerosos investigadores, entre los que podríamos señalar a Jerome Bruner, hayan señalado que la narración es un instrumento importantísimo para el conocimiento humano.³²⁶ Pero no sólo los sujetos individuales, como hemos dicho anteriormente, comunican su historicidad y se ‘mueven’ gracias a sus intenciones narrativas; la cultura misma y sus instituciones utilizan la narratividad como estrategia comunicativa principal, y deciden qué es lo que merece ser contado y la manera de contarlo.³²⁷

En lo sucesivo analizaremos el papel de los medios de comunicación como creadores y contadores de historias. Para ello, partimos de la premisa, según la cual, los medios transmiten sus contenidos simbólicos en forma de relatos. De manera consonante con el giro lingüístico vivido por las ciencias sociales y humanas en la posmodernidad, se podría entender que los medios de comunicación, en cuanto instituciones socializadoras, constituyen su

³²³ L. Duch (2010) *op. cit.*, p. 241. (T. d. A.).

³²⁴ O. Rincón (2008) *Narrativas mediáticas*. Barcelona: Gedisa.

³²⁵ Y, a su vez, asignan sentidos a la sobreabundancia de signos propia de la posmodernidad.

³²⁶ Jerome Bruner ha contrapuesto dos modalidades de funcionamiento cognitivo: el paradigmático y el narrativo. Mientras que el primero se ocupa de causas generales, emplea categorizaciones o se regula por los principios de coherencia y no contradicción; el segundo se centra en las intenciones y en las acciones humanas. Cf. J. Bruner (1996) *Realidad mental y mundos posibles*. Barcelona: Gedisa; y J.-M. Schaeffer (1999) *Pourquoi la fiction?* París: Seuil.

³²⁷ A. Ford (2001) *Las marcas de la bestia*. Buenos Aires: Norma, pp. 256-257.

espacio discursivo a través de las prácticas del lenguaje y de la tendencia a contar “historias”. Como ha puesto de manifiesto Omar Rincón:

“El potencial de las *culturas mediáticas* está en celebrar su identidad narrativa, que provee las fábulas y mitos necesarios para asignar un sentido en tiempos rápidos; nos acercamos a los medios de comunicación en busca de relatos que retomen viejas tradiciones, que imaginen nuevos héroes, que cuenten historias que nos permitan soñar y nos salven del tedio cotidiano”.³²⁸

Estas historias o narrativas pueden ser entendidas como relatos cargados de valor simbólico que incorporan secuencialmente las matrices espacio-temporales, elementos esenciales en la constitución de las identificaciones subjetivas y los imaginarios sociales. Al mismo tiempo, crean –desde la lógica del entretenimiento– un modo de vida divertido y efímero que se basa en la performance y la constante narrativización de la vida cotidiana, como veremos.³²⁹ Además, como ha señalado Duch, en la actualidad el *storytelling* ocupa un lugar cada vez más importante en la sociedad y se encuentra muy presente en la propaganda, la publicidad,³³⁰ la religión, la política o el deporte, por ejemplo.

Como veremos más adelante, las redes sociales como *Facebook*, *Twitter*, *Xing* o *Linkedin*, por ejemplo, o los blogs y cuadernos de bitácora son instrumentos electrónicos que “permiten a los usuarios un estado de narración continua, de incesante construcción de identidades narrativas expuestas en el inmenso escaparate que es la red ante un público insaciable de experiencias y aventuras”.³³¹ Pero antes de adentrarnos en la exploración de estos procesos de autonarración mediática, veamos sucintamente, algunas de las clásicas teorías sobre los procesos de significación mediática que pueden resultar de interés para esclarecer nuestro objeto de estudio.

³²⁸ O. Rincón (2008) *op. cit.*, p. 22.

³²⁹ Cf. N. Gabler (2000) *Life: The Movie*. Nueva York, NY: Vintage.

³³⁰ “Se puede afirmar que la gente no adquiere productos sino las historias que representan estos productos; no adquieren marcas, sino los mitos y los arquetipos que estas marcas simbolizan.” L. Duch (2010) *op. cit.*, p. 251. (T. d. A.).

³³¹ L. Duch (2010) *op. cit.*, p. 250. (T. d. A.)

4.4.1. Los aportes de la semiología, la semiótica y los estudios del discurso

Más allá de las propuestas formalistas y estructuralistas aplicadas al fenómeno literario que ya hemos descrito, las aportaciones de Roland Barthes sobre semiología de la comunicación son las primeras investigaciones sobre los medios de comunicación de masas y sus contenidos propiamente. La preocupación del investigador francés se centra en el análisis de fenómenos de la vida cotidiana y de las representaciones colectivas como sistemas de signos. Su crítica ideológica y su desmontaje semiológico del lenguaje no son más que una búsqueda de las significaciones profundas que circulan en los productos culturales de la burguesía occidental.³³² Sus importantes artículos publicados en *Communications*³³³ inauguran la semiología de la comunicación de masas³³⁴ que incluye bajo un mismo grupo y una misma sistematización al cine, la publicidad, los cómics o la fotografía de prensa, por citar algunos de los objetos de interés más destacados. El estudio de las comunicaciones visuales, especialmente centrado en el film, dio lugar a la llamada semiología del cine,³³⁵ encabezada por Christian Metz que se dedicó principalmente al estudio de la narrativa icónica propia de la TV, el cine, los pósters o la prensa escrita.³³⁶ El impacto de las distintas aproximaciones ‘semióticas’ producidas a lo largo del siglo XX ha sido muy relevante en el desarrollo de los estudios de comunicación.³³⁷

³³² Cf. R. Barthes (1980) *Mitologías*. México: Siglo XXI.

³³³ Cf. R. Barthes (1961) “Le message photographique.” *Communications*, 1, 127-138; (1964) “Eléments de la semiologie.” *Communications*, 4, 91-135; y (1968) “L’effect du réel.” *Communications*, 11, 84-89.

³³⁴ Cf. R. Barthes (1970) “L’analyse des images.” *Communications*, 15, 53-68. Otros autores clave son: Jacques Durand, Georges Peninou, Violette Morin, Fresnault-Develle, Du Pasquer y Louis Marin.

³³⁵ Cf. R. Barthes (1960) “Le problème de la signification au cinéma.” *Revue Internationale de Filmologie*, 32-33, París, 83-89; R. Bellour (1966) “Pour une stylistique du film.” *Revue d’Esthétique*, 19(2), París, 161-178; y G. Bettetini (1968) *Cinema, lingua e scrittura*. Milán: Bompiani.

³³⁶ Cf. Ch. Metz (1968) *Essais sur la signification du cinéma*. París: Klincksieck; y (1972) *Cinéma et langage*. París: La Rousse.

³³⁷ Cf. J. Bignell (2002) *Media Semiotics*. Mánchester: Manchester University Press; M. Danesi (2002) *Understanding Media Semiotics*. Londres: Arnold; W. Nöth y N. Bishara (2007) *Self-Reference in the Media*. Nueva York, NY: Walter de Gruyter; W. Nöth (1997) *Semiotics of the Media*. Berlín: Walter de Gruyter.

Nos estamos refiriendo no sólo a los aportes de la semiología sino también a los diferentes enfoques promovidos por la semiótica italiana con Umberto Eco y Cesare Segre, en primer plano, y Gianfranco Bettetini, Paolo Fabri o Francesco Casetti, en segundo; pero también por la estadounidense de Charles Morris y Thomas Sebeok; la rusa de Roman Jakobson y Iuri M. Lotman; y la británica de Jonathan Culler o John Deely, por citar a los autores más representativos. En los años sesenta, la primera semiología, aún basada en el modelo binario del signo permanece “ajena a toda noción de *productividad* del sentido”, como ha señalado Eliseo Verón.³³⁸

Si bien la lingüística iniciaba una nueva etapa de transformación gracias a la propuesta ‘creativa’ chomskyana y a la aparición de nuevos modelos que fueron trasladando el modelo estructural, aún no había una verdadera preocupación sociológica ni por el lenguaje ni por la producción de sentido. Ahora bien, el investigador que se ha preocupado más directa y rigurosamente de la fundamentación semiótica de la teoría de la comunicación de masas es, sin duda, Umberto Eco. Recordemos que, a la luz de los planteamientos semióticos, la comunicación es un proceso de significación que produce un sentido, basado en intercambios simbólicos. El autor expone su modelo narrativo en algunos de sus artículos publicados en *Communications*³³⁹ y fundamenta su propuesta semiológica del cine, la TV, la prensa o la publicidad en su conocida *La estructura ausente*.³⁴⁰ En la segunda parte de esta obra, el investigador propone un estudio sistemático de la problemática semiológica de los mensajes visuales que puede resultar un punto de partida interesante. A la luz de sus planteamientos la semiótica fílmica percibe el proceso de semiosis de un modo convergente. Ahora bien, para terminar nuestra sumaria aproximación a las perspectivas semióticas, habríamos de considerar dos cuestiones: primero que el sentido del texto se deriva de la recepción, propiamente, y segundo que hay que percibir las

³³⁸ E. Verón (1987) *La semiosis social*. Barcelona: Gedisa, p. 121.

³³⁹ Cf. U. Eco (1965) “La musique et la machine.” *Communications*, 6, 10-19; y (1966) “James Bond: Une combinatoire narrative.” *Communications*, 8, 77-93.

³⁴⁰ U. Eco (1972) *La estructura ausente*. Barcelona: Lumen.

piezas audiovisuales en relación con sus consecuentes efectos cognitivos, afectivos y emocionales.³⁴¹

También hacia los años setenta, el concepto de 'discurso', anunciado por Zelig Harris³⁴² y enunciado por Tzvetan Todorov, abre una nueva etapa de ruptura con la lingüística estructural que tendrá interesantes ampliaciones en el estudio de los medios de comunicación. Así surge la teoría de los discursos o Estudios del discurso, que permiten desarrollar un pensamiento más completo sobre la significación.³⁴³ Para Eliseo Verón, la teoría de los discursos sociales es un conjunto de hipótesis sobre los modos de funcionamiento de la *semiosis social*, es decir, de la dimensión significativa de los fenómenos sociales en tanto *procesos de producción de sentido*.³⁴⁴ El investigador parte de dos premisas clave para nosotros: primero, que toda producción de sentido es necesariamente social, y segundo, que todo fenómeno social es un proceso de producción de sentido que, además, debe ser interpretado. En este contexto, más allá del análisis interno o externo del texto, surge también el Análisis del Discurso (AD) que estudia de forma sistemática el uso de la lengua como evento comunicativo e interactivo; y su vertiente crítica, el *Critical Discourse Analysis* (CDA) inaugurada con la obra de lingüística crítica de Roger Fowler, *Language and Control*,³⁴⁵ y continuado por los clásicos estudios de discurso y poder de Norman Fairclough,³⁴⁶ Cheri Kramarae³⁴⁷ o Ruth Wodak.³⁴⁸ El análisis del discurso, inspirado por diversas disciplinas interpretativas tales como la fenomenología, el estructuralismo, la hermenéutica o la psicología social, y muy relacionado con otras *transdisciplinas* como la semiótica, la pragmática, la sociolingüística o la

³⁴¹ Nótese los clásicos de semiótica filmica: J. Aumont y M. Marie (1990) *Análisis del film*. Barcelona: Paidós; G. Bettetini (1984) *La conversazione audiovisiva*. Milán: Bompiani; F. Casetti (1989) *El film y su espectador*. Madrid: Cátedra; y D. Bordwell (1985) *Narration in the Fiction Film*. Madison, WI: University of Wisconsin Press.

³⁴² Z. Harris (1952) "Discourse Analysis." *Language*, 28, 474-494.

³⁴³ Las hipótesis de la discursividad propuestas por Eliseo Verón, generan nuevos enfoques sobre los procesos de circulación de sentido o semiosis social. Cf. E. Verón (1987) *op. cit.*

³⁴⁴ E. Verón (1987) *op. cit.*, p. 125.

³⁴⁵ R. Fowler *et al.* (1979) *Language and Control*. Londres: Routledge & Kegan Paul.

³⁴⁶ Cf. N. Fairclough (1989) *Language and Power*. Londres: Longman; y (1995) *Critical Discourse Analysis*. Londres: Longman.

³⁴⁷ Ch. Kramarae *et al.* (eds.) (1984) *Language and Power*. Beverly Hills, CA: Sage.

³⁴⁸ R. Wodak (1989) *Language, Power and Ideology*. Ámsterdam: John Benjamins; R. Wodak y M. Meyer (eds.) (2001) *Methods of Critical Discourse Analysis*. Londres: Sage.

etnografía de la comunicación, se refiere, principalmente, como ha señalado Fairclough, a un conjunto de recursos metodológicos que permiten analizar alocuciones, escritos, entrevistas o conversaciones.³⁴⁹ En este sentido podemos hallar diversos enfoques. El análisis conversacional es interesante, ya que se centra principalmente en el discurso como interacción y estudia o bien las estructuras o estrategias de la conversación cotidiana o las interacciones verbales entre instituciones u organizaciones de cualquier índole.³⁵⁰ Pero, sin duda, el que aporta elementos más interesantes es el análisis crítico, que focaliza en las relaciones de poder derivadas de cualquier acto discursivo. Especialmente relevantes son las aportaciones de Michel Foucault, que considera que las ‘formaciones discursivas’ son ideas o conceptos que generan conocimiento sobre el mundo o establecen relaciones de poder.³⁵¹ Tampoco podemos olvidar las contribuciones de los ya citados Norman Fairclough, Ruth Wodak y Teun Van Dijk, que ha focalizado en los procesos de dominación étnica, racista o sexista que pueden observarse en los discursos periodísticos, educativos o políticos, entre otros.³⁵² En

³⁴⁹ N. Fairclough (1992) *Discourse and Social Change*. Cambridge: Polity Press, pp. 12-37. Para profundizar véanse las siguientes obras introductorias: J. Blommaert (2004) *Discourse*. Cambridge: Cambridge University Press; H. Calsamiglia Blancafort y A. Tusón (2007) *Las cosas del decir*. Barcelona: Ariel; J. P. Gee (2005) *An Introduction to Discourse Analysis*. Nueva York, NY: Routledge; A. Georgakopoulou y D. Goutsos (1997) *Discourse Analysis*. Edimburgo: Edinburgh University Press; B. Johnstone (2002) *Discourse Analysis*. Oxford: Blackwell; B. Paltridge (2006) *Discourse Analysis*. Londres: Continuum; J. Renkema (2004) *Introduction to Discourse Studies*. Ámsterdam: John Benjamins; D. Schiffrin (1993) *Approaches to Discourse*. Oxford: Blackwell; D. Schiffrin et al. (eds.) (2001) *The Handbook of Discourse Analysis*. Malden, MA: Blackwell; T. A. van Dijk (2001a) *Estudios del discurso I*. Barcelona: Gedisa; y (2001b) *Estudios del discurso II*. Barcelona: Gedisa.

³⁵⁰ Dentro de esta línea de carácter analítico surgida en EEUU podemos destacar las siguientes obras: J. M. Atkinson y J. Heritage (1984) *Structures of Social Action*. Cambridge: Cambridge University Press; H. Sacks (1992) *Lectures on Conversation*. Oxford: Blackwell; E. Schegloff (2007) *Sequence Organization in Interaction*. Cambridge: Cambridge University Press; P. Drew y J. Heritage (eds.) (1992) *Talk at Work*. Cambridge: Cambridge University Press; y A. Bolívar y F. D. de Erlich (eds.) (2007) *El análisis del diálogo*. Caracas: Fondo Editorial de Humanidades UCV.

³⁵¹ Cf. M. Foucault (1972) *Histoire de la folie à l'âge classique*. París: Gallimard; E. Laclau (1978) *Política e ideología en la teoría marxista*. México: Siglo XXI; Ch. Mouffe (1993) *The Return of the Political*. Londres: Verso; G. Lakoff (2007) *No pienses en un elefante*. Madrid: Editorial Complutense.

³⁵² Sobre análisis del discurso y medios de comunicación cf. A. M. Bañón Hernández (ed.) (2007) *Discurso periodístico y procesos migratorios*. San Sebastián: Tercera Prensa; A. Bell (1991) *The Language of News Media*. Oxford: Blackwell; A. Burn y D. Parker (2003) *Analysing Media Texts*. Londres: Continuum; L. Climent (ed.) (2006) *Anàlisi crítica del discurs*. Alicante: Institut Interuniversitari de Filologia Valenciana; M. S. de Abreu (2006) *Quando a palavra sustenta a farsa*. Florianópolis: Editora da UFSC; N. Fairclough (1995) *Media Discourse*.

definitiva, el objetivo principal de estos estudios tanto en su vertiente conversacional, como en su línea más crítica es comprender las dinámicas propias del hacer discursivo en tanto acción social. Aquí podemos hallar la premisa que ya inauguramos en el tercer capítulo según la cual el discurso es performativo y construye la realidad.

Otro enfoque que aúna las propuestas semióticas y las discursivas es el análisis interpretativo que podría centrarse en la descomposición de los estratos de sentido que componen el “espesor” semántico del texto; la identificación de los núcleos de sentido en sus manifestaciones materiales, es decir, su expresión y contenido; la remisión de estos y las matrices de significación: del relato a la historia (diéresis); de ésta a los universos diegéticos que se proyectan sobre la narración (regímenes de significación); de ahí a las fábulas, y de ellas a los imaginarios sociales. La inscripción del texto en sus condiciones de producción discursiva y, sobre todo, en su situación o contexto de recepción. En este sentido las aportaciones de Roland Barthes sobre cultura de masas en sus *Mitologías*³⁵³ o las ya citadas de Umberto Eco dan buena cuenta de ello. Todos estos enfoques nos inducen a considerar que la narrativa es una estructura esencial del discurso mediático, como veremos a continuación.

4.4.2. La estructura narrativa del discurso mediático

En términos generales, puede afirmarse que la dinámica básica del relato mediático es la de aprehender la experiencia y hacerla significativa en su desarrollo espacio-temporal. De acuerdo con la opinión de Albert Chillón, independientemente de cuáles sean “sus soportes y canales técnicos –cine, prensa, radio, TV, fotografía, multimedia, etc.–, la cultura mediática es, ante

Londres: Arnold; R. Fowler (1991) *Language in the News*. Londres: Routledge; J. J. Igartua y C. Muñiz (eds.) (2007) *Medios de comunicación, inmigración y sociedad*. Salamanca: EUSAL; M. Lario Bastida (ed.) (2006) *Medios de comunicación e inmigración*. Murcia: CAM-Obra Social; D. Matheson (2005) *Media Discourses*. Berkshire: McGraw-Hill; N. Graciela Pardo (2007) *Discurso, impunidad y prensa*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia; M. Talbot (2007) *Media Discourse*. Edimburgo: Edinburgh University Press; R. Zapata-Barrero y T. A. van Dijk (eds.) (2007) *Discursos sobre la inmigración en España*. Barcelona: CIDOB.

³⁵³ R. Barthes (1980) *op. cit.*

todo, eminentemente narrativa”.³⁵⁴ Estas culturas mediáticas, como han expresado Alberto Abruzzese y Andrea Miconi, generan en la sociedad “una sensación individual del placer, un procedimiento colectivo, que expresa una sensación de pertenecer a algo y de compartirlo con otros”.³⁵⁵ Además, debemos considerar que las narraciones mediáticas tienen un rol esencial en la articulación de la temporalidad, ya que son capaces de configurar el pasado, refigurar el presente y anticipar el futuro, y “tal capacidad a un tiempo rememorativa y proyectiva la convierte en poderosísima constructora de identidades”.³⁵⁶ Esta apreciación nos indica que la realidad social, entendida ésta como marco de referencia o *frame*, y los universos simbólicos compartidos son cimentados por los mensajes que circulan en los medios de comunicación. Es pues un hecho indudable, como ha apuntado Chillón, que:

“Las narrativas mediáticas de nuestro tiempo *representan* (*mimesis*) y *recrean* (*poiesis*) la realidad social, *dan cuenta* del caos y la contingencia convirtiéndolos en experiencia articulada y significativa; sintetizan las innumerables vivencias en relatos, que al darles forma y ponerlas en relación, les confieren origen, sentido y finalidad”.³⁵⁷

Como consecuencia de esta función primordial es preciso matizar que los relatos mediáticos más allá de tender a las formas de expresión lógico-deductivas, se organizan y reconstruyen en función de los deseos, necesidades u objetivos concretos, como dar sentido a la experiencia vital. A este respecto, no podemos olvidar que el orden narrativo constituye un esquema de percepción interpretativa elemental para la comprensión del mundo por su poder de inteligibilidad, que se configura como un núcleo de significación esencial en el que el imaginario social es reconstruido y da lugar a “representaciones y sistemas discursivos como los metarrelatos, las mitologías y las cosmologías”.³⁵⁸ La narratividad es así una de las magnitudes del acervo de conocimiento, por continuar con la terminología de Schütz, en virtud de la cual estos mensajes se convierten en fuentes de afirmación o

³⁵⁴ A. Chillón (2000) “art. cit.”, p. 153.

³⁵⁵ A. Abruzzese y A. Miconi (2002) *Zapping*. Madrid: Cátedra.

³⁵⁶ A. Chillón (2000) “art. cit.”, p. 153.

³⁵⁷ *Ibídem*.

³⁵⁸ P. A. Gómez (2001) “Imaginarios sociales y análisis semiótico.” *Cuadernos*, 17, San Salvador de Jujuy, p. 202.

negación de la subjetividad. Además, gracias a ella se puede “explicar el éxito de los relatos mediáticos y la representación de la realidad como espectáculo”.³⁵⁹ La teatrocracia o espectacularización de los medios de comunicación ha sido puesta de relieve por numerosos investigadores. Georges Balandier, en su obra *El poder en escenas*, considera que el poder utiliza medios espectaculares para señalar su asunción de la historia y exponer los valores que exalta además de para’ afirmar su energía.³⁶⁰ Así, el poder de las palabras, y el de las imágenes –añadiríamos nosotros– engendra una retórica concreta que recurre a una serie de fórmulas y estereotipos, a unas reglas y modos de argumentación redundantes.³⁶¹ Para Balandier, el dominio de la sociedad se basa en una serie de artificios que no son más que dispositivos simbólicos, prácticas fuertemente codificadas, que se ejecutan según las reglas del ritual, de lo imaginario y sus proyecciones dramatizadas,³⁶² como desarrollaremos en el capítulo V. En este sentido, el discurso mediático se nutre de la experiencia cotidiana, es decir, construye sus historias partiendo de los eventos que acaecen en la vida diaria y los ordena de forma narrativa. Ya que el relato mediático tiene una estructura muy similar al relato tradicional, consideramos igualmente necesario interpretarlo en claves hermenéutico-interpretativas. En este sentido, como describen Anderson y Meyer, las historias o eventos están:

“Puntuadas por los conceptos de motivo, propuesta, intención y causa; objetivo, resultados, consecuencias y recompensas; actitudes, valores, moralidades y juicios; agentes y receptores; autores y víctimas –en resumen, todas las nociones que crean acontecimientos están conectadas con el tiempo. En su sentido más amplio, una historia narrativa es cualquier discurso que rige una serie de conexiones entre reclamaciones (elementos, hechos, aserciones, etcétera).”³⁶³

³⁵⁹ P. A. Gómez (2001) “art. cit.”, p. 203.

³⁶⁰ G. Balandier (1994) *El poder en escenas*. Barcelona: Paidós, p. 28. Para profundizar véanse: J. M. Aguado y P. A. Hellín (2004) “La nueva sociedad del espectáculo.” *Razón y Palabra*, 39, México; G. Debord (2002) *La sociedad del espectáculo*. Valencia: Pre-textos; J. González Requena (1999) *El discurso televisivo*. Barcelona: Cátedra; D. Kellner (2004) “Media Culture and the Triumph of the Spectacle” en *Media Spectacle*. Londres: Routledge, pp. 1-33.

³⁶¹ G. Balandier (1994) *op. cit.*, p. 29.

³⁶² G. Balandier (1994) *op. cit.*, p. 115.

³⁶³ J. A. Anderson y T. P. Meyer (1988) *Mediated Communication*. Newbury Park, CA: Sage, p. 100. (T. d. A.).

De hecho, como bien han subrayado los investigadores, la narrativa es más importante de lo que parece, ya que todos, en la praxis cotidiana, organizamos los acontecimientos –lo que nos sucede– de manera narrativa, como ya subrayaron Anthony Paul Kerbi, Margaret R. Somers o Michael Bamberg. Además, como vimos en el capítulo II, “la narrativa está en el centro del conocimiento humano”,³⁶⁴ ya que organiza la experiencia social. Asimismo, la estructura narrativa está patente en todas las piezas mediáticas sean de la índole que sean. Independientemente de que se traten de géneros informativos o de opinión, de piezas facticias o de piezas ficticias, todas son narraciones. Así lo ha señalado la investigadora Sarah Kozloff en su artículo “Narrative theory and television” en el que señala:

“La mayor parte de los programas televisivos como la comedia de situación, la serie de acción, los dibujos animados, la telenovela, la miniserie o el telefilme son textos narrativos. Además, los programas que no son ostensiblemente de entretenimiento o ficción, pero que más bien tienen otros objetivos como la descripción, la educación o la argumentación, tienden a usar la narrativa como el medio para sus fines”.³⁶⁵

A su juicio, las noticias presentan historias, los anuncios ofrecen una narrativa comprensiva, los vídeos musicales ofrecen la historia de la canción, los documentales de naturaleza tienden a seguir la historia del ciclo vital del animal o la progresión estacional en un área geográfica.³⁶⁶ De hecho, en su opinión, incluso, los programas que parecen escapar de la estructura narrativa se ven sometidos a ella:

“Los únicos formatos de televisión que evitan la narrativa de manera coherente son aquellos que están estructurados según sus propias reglas alternativas: concursos, programas de ejercicios, ruedas de prensa, programas de entrevistas, espectáculos musicales, competiciones deportivas. Aún incluso en tales casos la narrativa puede infiltrarse: los partidos de fútbol, por ejemplo, pueden ser vistos como las historias

³⁶⁴ J. A. Anderson y T. P. Meyer (1988) *op. cit.*, p. 101.

³⁶⁵ S. Kozloff (1987) “Narrative Theory and Television” en R. D. Allen (ed.) *op. cit.*, p. 68. (T. d. A.).

³⁶⁶ *Ibíd.*

del triunfo de un equipo y la derrota de otro, relatados por los locutores deportivos”.³⁶⁷

En definitiva, la narración se encuentra en todas las piezas mediáticas ya que la configuración histórica está presente en todos los géneros.

4.4.3. *Storytelling*: el placer de la narratividad

Es un hecho reconocido que los seres humanos son contadores de historias por naturaleza. De hecho, como ha señalado Dan McAdams, “el storytelling resulta ser una forma natural de expresarnos y expresar nuestro mundo a los otros”.³⁶⁸ Precisamente, a lo largo de sus diferentes trayectorias vitales los sujetos cuentan sin cesar historias, crean argumentos y personajes para describir diferentes escenas del pasado y proyectar sus expectativas respecto al futuro.³⁶⁹ Lo que caracteriza a todas estas narraciones es, naturalmente, que son contadas una y otra vez sin llegar a agotarse, ya que como ha señalado Umberto Eco, “una historia bien trabada, sea cual sea, por mucho que repita mecanismos ya conocidos y que los utilice sin motivo aparente, proporciona siempre el placer de la narratividad”.³⁷⁰ Además, el lector se consuela, como señala el semiótico, o bien porque suceden numerosas cosas admirables, o bien porque todas esas ellas no trastornan el ritmo habitual de la realidad. Pero ¿por qué nos encadenan las historias? ¿Qué tienen para convertirse en el motor de muchas de las relaciones sociales? R. Koselleck y H.-G. Gadamer consideran que existe sólo una respuesta ‘hermenéutica’ a esta pregunta: “Porque nos reconocemos en lo otro, en lo otro de los hombres, en lo otro del acontecer”.³⁷¹ Con esto se confirma que las narraciones nos permiten encontrarnos con la alteridad, pueden ofrecernos un conocimiento nuevo sobre lo desconocido, reafirmar o cuestionar prejuicios sobre los individuos y los grupos. Además, tal y como ha subrayado McAdams:

³⁶⁷ S. Kozloff (1987) “art. cit.”, p. 69. (T. d. A.).

³⁶⁸ D. P. McAdams (1993) *op. cit.*, p. 27. (T. d. A.).

³⁶⁹ D. P. McAdams (1993) *op. cit.*, p. 109.

³⁷⁰ U. Eco (1998) *El superhombre de masas*. Barcelona: Lumen, p. 24.

³⁷¹ R. Koselleck y H.-G. Gadamer (1997) *op. cit.*, p. 105.

“Nos sentimos atraídos por las historias por muchas razones. Las historias nos entretienen, nos hacen reír y llorar, nos mantienen en suspense hasta que aprendemos como acabarán las cosas. Las historias instruyen. Aprendemos cómo actuar y vivir a través de las historias; aprendemos acerca de personas diferentes, lugares e ideas”.³⁷²

El rol otorgado a las narrativas como material esencial para la socialización se evidencia en esta capacidad de aprendizaje social a través del contacto con las piezas mediáticas. Quizás la función más destacable del *storytelling* sea la de construir significados sobre la experiencia humana. Desde la perspectiva del constructivismo posracionalista³⁷³ se ha señalado que la mente no sólo se nutre de materiales lógico-rationales, sino también de conocimientos emocionales, sensoriales o motores, formas de discernir la realidad que son capaces de dar orientación y continuidad a los sujetos en el espacio y el tiempo, y que privilegian los modos narrativos de expresión y comprensión. En este sentido, es importante señalar que las narrativas mediáticas tienen principalmente una función *fabuladora*, ya que responden a “una exigencia extensa, profunda y universal; satisfacen el placer también extenso, profundo y universal de escuchar, de abandonarse a la ‘suspensión de la incredulidad’, al flujo del relato”,³⁷⁴ como ha puesto de manifiesto la investigadora Milly Buonanno. A su entender, el *storytelling* se encuentra hoy, quizás, más fragmentado, pero con toda evidencia intensificado en la sociedad y continúa haciendo vibrar los lazos emotivos y alimentando la conversación cotidiana.³⁷⁵ Las narrativas mediáticas, por lo tanto, hablan de nosotros: articulan, configuran y elaboran los temas o argumentos recurrentes básicos de la vida cotidiana y de la vida en el mundo. “Nada menos que las experiencias centrales de la vida, de todo lo que es objeto de nuestras inversiones afectivas y valiosas más intensas y fuente de nuestros

³⁷² D. P. McAdams (1993) *op. cit.*, p. 31. (T. d. A.).

³⁷³ Representantes de este modelo cognitivo son los psicólogos Vittorio Guidano y Humberto Maturana. Cf. V. Guidano (1998, septiembre) Los procesos del *self*: continuidad versus discontinuidad. Conferencia dictada para el VI Congreso Internacional de Constructivismo en Psicoterapia, Siena; (2001) *El modelo cognitivo posracionalista*. Bilbao: Desclée de Brouwer; y H. Maturana (1996) *La realidad: ¿objetiva o construida?* Barcelona: Anthropos.

³⁷⁴ M. Buonanno (1999) *El drama televisivo*. Barcelona: Gedisa, p 62.

³⁷⁵ *Ibídem*.

comportamientos emotivos más profundos”.³⁷⁶ En sus estudios sobre la ficción televisiva, la investigadora evidencia el poder que tienen los productos mediáticos en la construcción de las creencias compartidas y subraya la capacidad de hacer familiares los universos representados. Las narrativas mediáticas contribuyen al mantenimiento de los valores propios de la comunidad y, como trataremos en profundidad en el capítulo V, producen, mantienen, reconstituyen y transforman la realidad. En definitiva, como ha subrayado Anthony Paul Kerbi las historias que nos contamos a nosotros mismos no sólo están determinadas por cómo los demás narran sino por los lenguajes y los géneros heredados de nuestra tradición, como profundizaremos más adelante.³⁷⁷

Hay que tener muy en cuenta, también, que la narrativas mediáticas pueden llegar a tener una función terapéutica para los individuos. Desde la sociología se ha llamado en más de una ocasión a nuestra sociedad ‘terapéutica’ o ‘psicológica’, ya que se considera que los sujetos viven en una constante sensación de amenaza o riesgo.³⁷⁸ En este contexto, las narrativas pueden llegar a funcionar como dispositivos de sedación, o como dispositivos de control social, como ya señaló Michel Foucault.³⁷⁹ Dicho con otras palabras, los relatos mediáticos presentan modelos, sistemas de valores y arquetipos, como veremos, que en muchas ocasiones se orientan a normalizar o denunciar conductas sociales. Pero, sobre todo, las narrativas mediáticas pueden proporcionar a los individuos formas de evasión, resistencia o desafío respecto a la propia vivencia. En su estudio sobre los procesos de lectura que realizan las mujeres sobre la novela rosa, Janice A. Radway ha puesto de manifiesto que las mujeres entrevistadas, más que escapar de la realidad en la que se encuentran, utilizan los recursos literarios para construir con menos limitaciones sus propias realidades. La lectura se convierte así, para ellas, en una forma de resistencia, un desafío hacia las

³⁷⁶ M. Buonanno (1999) *op. cit.*, p 63.

³⁷⁷ A. P. Kerbi (1991) *op. cit.*, p. 6.

³⁷⁸ Cf. U. Beck (1998) *La sociedad del riesgo*. Barcelona: Paidós; y P. Rieff (1966) *The Triumph of the Therapeutic*. Nueva York, NY: Norton.

³⁷⁹ M. Foucault (1992) *op. cit.*

categorías aniquiladas de la vida de cada día.³⁸⁰ En una línea similar Henry Jenkins ha analizado las culturas que construyen los *fans* de TV como una forma de resistencia y como modo de enriquecimiento para las personas cuyas posibilidades de realización en la vida real están seriamente limitadas.³⁸¹ Ser fan –para Jenkins– no plantea tanto una vía escape de la realidad como la creación de una realidad alternativa cuyos valores pueden ser más humanos y democráticos que aquellos que sostiene la sociedad mundana.

4.4.3.1. Nuevas formas de narración egotista: blogs y redes sociales

El placer innato del ser humano por escuchar historias ajenas se complementa con otra tendencia, que es la necesidad de narrarnos o presentarnos a los *otros*. La irrupción de las nuevas tecnologías o plataformas de Internet ha transformado, sin duda, las formas de narración egotista. Las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías en cuanto a la velocidad de los flujos de información, capital y personas han provocado cambios radicales en la forma de entender al sujeto.³⁸² James E. Côté y A. Allahar han puesto de manifiesto que en la posmodernidad o, modernidad tardía, como la llaman ellos, el mantenimiento de la estabilidad requiere intensas transacciones intrapsíquicas y sociales que permitan responder al cambio constante y a la ausencia de una comunidad centralizada o marco de referencia estable.³⁸³ En este sentido, diversos investigadores han señalado que la consecuencia principal de este fenómeno es la desaparición o la transformación del sujeto ‘real’, creado ahora a partir de imágenes externas insustanciales o incoherentes.³⁸⁴ Ahora bien, las contribuciones sobre psicología del desarrollo de Erik Erikson han puesto de manifiesto que es necesario para el

³⁸⁰ J. A. Radway (1991) *Reading the Romance*. Chapel Hill, NC: The University of North Carolina Press.

³⁸¹ H. Jenkins (1992) *Textual Peachers*. Nueva York, NY: Routledge, p. 277.

³⁸² Cf. M. Castells (2001) *La era de la información II*. México: Siglo XXI.

³⁸³ J. E. Côté y A. L. Allahar (1995) *Generation on Hold*. Nueva York, NY: New York University Press.

³⁸⁴ Cf. J. E. Côté y C. G. Levine (2002) *Identity Formation, Agency and Culture*. Mahwah, NJ: Erlbaum; y K. J. Gergen (1992) *op. cit.*

sujeto dar sentido unificado a la yoidad o, al menos, tender hacia la continuidad.³⁸⁵ A este respecto, es importante matizar que las diferentes formas de representación externas que el sujeto puede llegar a utilizar son cruciales para construir las diversas identificaciones a lo largo del tiempo. Así, los espacios virtuales permiten a los individuos crear imágenes sobre la identidad elaboradas que tienden hacia la estabilidad,³⁸⁶ incluso aunque ésta sea la inestabilidad.

Numerosas investigaciones recientes han subrayado que las redes sociales dan consistencia y continuidad a las identificaciones. De hecho, los perfiles o los muros de numerosas páginas web “producen un registro relativamente fijo y público de las interacciones y opiniones de las personas”³⁸⁷ y, como han señalado Javier A. Corredor *et al.*, constituyen una forma de construir una representación estable y anclar el *yo* en la herramienta.³⁸⁸

En este contexto, valga anunciar que las redes sociales ha producido una transformación en los micromecanismos a través de los cuales las personas construyen y mantienen una ‘identidad narrativa’ viable dentro de la cultura.³⁸⁹ La característica básica de este tipo de narraciones *on-line* es que permiten recrear y reformular la yoidad de un modo más flexible y accesible, como veremos a continuación. De hecho, la existencia de una representación externa permite a los sujetos dar continuidad en el tiempo a ciertos elementos de la yoidad que en la vida real están sometidos a cambios continuos. Aunque se pueda pensar que los espacios virtuales pueden dividir o fragmentar al sujeto, estos lugares dan la posibilidad de una elaboración constante, más allá de las fronteras espaciales y temporales.³⁹⁰ En este sentido, a pesar de que las redes sociales dan consistencia y continuidad a los

³⁸⁵ Cf. E. Erikson (1974) *op. cit.*; y J. E. Marcia (1966) “Development and Validation of Ego Identity Status.” *Journal of Personal Social Psychology*, 3(5), 551-558.

³⁸⁶ Cf. D. Boyd (2010) “Social Networks as Networked Publics” en Z. Papacharissi (ed.) *Networked Self*. Nueva York, NY: Routledge, pp. 39-58.

³⁸⁷ J. A. Corredor *et al.* (2011) “Mundo sin centro.” *Revista de Estudios Sociales*, 40, Bogotá, p. 47.

³⁸⁸ *Ibidem*. Nótese también D. M. Boyd y N. B. Ellison (2007) “Social Network Sites.” *JCMC*, 13(1), 201-230.

³⁸⁹ J. A. Corredor *et al.* (2011) “art. cit.”, p. 46.

³⁹⁰ D. Boyd (2010) “art. cit.”, pp. 39-58.

relatos del *yo* es importante señalar que difuminan las fronteras entre lo público y lo privado, como trataremos en profundidad en el apartado 7.5.

Más allá de las formas de expresión de la intimidad tradicionales, como los diarios o las autobiografías escritas, los blogs o cuadernos de bitácora permiten a los sujetos reformular diversas identidades o aspectos del *yo*.³⁹¹ Aquí el ‘escritor’ o, mejor, el usuario, no establece un diálogo consigo mismo, sino que desvela aspectos íntimos de su ser de forma pública a otros usuarios que bien pueden ser conocidos o desconocidos en la vida real. Las narrativas egotistas que tradicionalmente habían sido confinadas al espacio privado o íntimo se han convertido así en elementos del espacio público. Como han expresado Javier A. Corredor *et al.*:

“En vez de escribirle a otro imaginario, los adolescentes contemporáneos hacen públicos sus pensamientos frente a una comunidad de referencia que valida la viabilidad comunitaria de dichos contenidos. Este tipo de diario abierto elabora la narrativa interior imaginada para presentarla a una audiencia real”.³⁹²

Aquí se evidencia la importancia de la construcción de la significación a nivel psicológico. Esta experiencia puede facilitar la construcción de sentido en una etapa crítica de desarrollo, como ha señalado Danah Boyd,³⁹³ pero, sobre todo, permite a los usuarios insertarse en un grupo social o fortalecer su comunidad de referencia en cualquier etapa de la vida. El diseño del perfil que se realiza en las redes sociales, como *Facebook* o *Myspace* también permite configurar y presentar aspectos de la yoidad a los *otros* de forma narrativa. Monisha Pasupathi, que ha estudiado la construcción cotidiana del *self*, ha subrayado que existen dos modos de presentación narrativa: uno dramático y otro reflexivo.³⁹⁴ Mientras en el primero, la narrativa de la persona gira en torno a las acciones y eventos de la historia, y de su relación

³⁹¹ Para profundizar en la presentación del yo en las redes sociales, cf. C. Arcila (2008) “Categorías para la comprensión de las interacciones digitales.” *Telos*, 77, 125-132; y (2010) “La presentación del sí-mismo en blogs y redes sociales.” *Disertaciones*, 3(1), Mérida (Venezuela)/ Madrid.

³⁹² J. A. Corredor *et al.* (2011) “art. cit.”, p. 47.

³⁹³ D. M. Boyd (2008) “Friendship” en M. Ito *et al.* (eds.) *Hanging out, Messing around, and Geeking out*. Cambridge, MA: MIT Press, pp. 79-84.

³⁹⁴ M. Pasupathi (2006) “Silk from Sows Ears” en D. McAdams *et al.* (eds.) *Identity and Story, Creating the Self in Narrative*. Washington, DC: APA Press, pp. 129-150.

con el tiempo; en el segundo, las personas se concentran en el significado de los eventos en relación con su propia vida. Los investigadores Javier A. Corredor *et al.* han señalado que los contenidos de las historias en las redes sociales no son presentados siguiendo una estructura formal sino un modo reflexivo, que pone los elementos mencionados en relación con la concepción que de sí mismos tienen los participantes.³⁹⁵ Esto produce, según los investigadores, diferentes tipos de interacción *on-line*: 1) Un usuario hace un comentario de carácter reflexivo y los miembros de su comunidad le preguntan para construir un significado compartido. 2) Un usuario publica un *post* y los demás participantes lo comentan utilizando el contexto compartido previo. 3) Una persona hace una presentación de un contenido y los demás miembros le responden favorablemente utilizando como base un conocimiento previo sobre el contenido del comentario.³⁹⁶ Y es que esta presentación narrativa que los sujetos realizan virtualmente es una estrategia para la acción social o, lo que es lo mismo, para la socialización. Por ello en estos procesos tenemos que tener en cuenta que las narraciones no sólo dependen de los usuarios que las crean, sino de los *otros*, es decir, de aquellos a los que se dirigen los esfuerzos de producción comunicativa. Las redes sociales, además, posibilitan ciclos de expresión y refuerzo colectivo alrededor de contenidos y opiniones virtuales que son diferentes de las formas en que producen estos procesos en la interacción real.³⁹⁷ Ahora bien, no se puede perder de vista que la construcción de las identificaciones en Internet no sólo está influenciada por las características del entorno virtual, sino también por las posiciones sociales de los sujetos derivadas de su contexto social.

Diversos investigadores, que han focalizado en los procesos de construcción de la identidad en los entornos virtuales, han señalado que los usuarios tienden a presentar un 'yo posible',³⁹⁸ que es más sociable, deseable

³⁹⁵ J. A. Corredor *et al.* (2011) "art. cit.", p. 48.

³⁹⁶ *Ibíd.*

³⁹⁷ J. A. Corredor *et al.* (2011) "art. cit.", p. 45.

³⁹⁸ Este concepto es heredero de H. R. Markus y P. Nurius (1986) "art. cit." pp. 954-969.

y mejor que su personalidad 'real' *off-line*.³⁹⁹ Aunque algunos estudios han evidenciado que las personas son más 'realistas y honestas' en los entornos no anónimos,⁴⁰⁰ como *Facebook* o *Myspace*, la tendencia habitual es que los usuarios presenten las partes de sus *yos* posibles que son socialmente más deseables⁴⁰¹ y omitan aquellas que no les interesa dar a conocer, que podríamos llamar sus *yos* 'escondidos'.⁴⁰² En estos entornos, los usuarios enfatizan o exageran aquellos elementos que pueden resultar más complicados dar a conocer en los encuentros interpersonales, tales como la inteligencia, el carácter u otras importantes cualidades interiores.⁴⁰³ Este exhibicionismo va ligado a la búsqueda de reconocimiento, o lo que es lo mismo, al objetivo de ser popular entre los 'amigos'.⁴⁰⁴ Una de las características más destacables de *Facebook* y otras redes sociales es que los usuarios pueden poner su propia fotografía o diversas imágenes en sus álbumes⁴⁰⁵ que los identifiquen. La presentación por medio de perfiles, notas personales o piezas culturales permiten a los usuarios añadir todo tipo de objetos virtuales (vídeos, audios, imágenes...) y relacionarlos con su 'identidad personal'. Como han señalado Javier A. Corredor *et al.*: "La construcción del sí mismo virtual está altamente asociada con la presentación de contenidos que se ligan a ésta y se prueban en este contexto".⁴⁰⁶ También pueden describir sus intereses y hacer listas de amigos o de redes sociales a las que pertenecen. Todas estas actividades están

³⁹⁹ J. Yurchisin *et al.* (2005) "An Exploration of Identity Re-creation in the Context of Internet Dating." *Social Behavior and Personality*, 33(8), 735-750.

⁴⁰⁰ N. Ellison *et al.* (2007) "Managing Impressions Inline." *JCMC*, 11(2), 415-441.

⁴⁰¹ S. Grasmuck *et al.* (2009) "Ethno-racial Identity Displays on Facebook." *JCMC*, 15(1), 158-188.

⁴⁰² S. Zhao *et al.* (2008) "Identity Construction on Facebook." *Computer in Human Behavior*, 24(5), 1816-1836. Cf. M. A. Smith y P. Kollock (2003) *Comunidades en el ciberespacio*. Barcelona: UOC.

⁴⁰³ S. Grasmuck *et al.* (2009) "art. cit.", p. 163.

⁴⁰⁴ *Ibidem*.

⁴⁰⁵ El uso de este tipo de recursos como una extensión de las formas de expresión del *self* ha sido estudiado por M. Emmison y P. Smith (2000) *Researching the Visual*. Londres: Sage; R. C. Ziller (1990) *Photographing the Self*. Londres: Sage; S. M. Clancy y S. J. Dollinger (1993) "Photographic Depictions of the Self." *Sex Roles*, 29(7-8), 477-495; y M. M. Strano (2008) "User Descriptions and Interpretations of Self-Presentation through Facebook Profile Images." *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 2(2).

⁴⁰⁶ J. A. Corredor *et al.* (2011) "art. cit.", p. 47.

orientadas a la configuración de una serie de ‘narrativas del ego’,⁴⁰⁷ donde el usuario puede evadirse de la realidad y explorar partes desconocidas de sí mismo, como ya apuntó Sherry Turkle.⁴⁰⁸ Y donde, sobre todo, el usuario puede interactuar con otros personajes, como desarrollaremos en el apartado 7.4.

4.4.4. Las narrativas mediáticas identitarias

Las consideraciones que hemos planteado a cerca del relato, a lo largo del presente capítulo, han proporcionado un marco apropiado para el estudio de las ‘narrativas mediáticas identitarias’ que ya anunciamos en el apartado 1.4. de esta tesis. Así abrimos el campo a un análisis que hace colindar la cuestión de la configuración narrativa con la de la refiguración subjetiva que realizan los sujetos intérpretes.⁴⁰⁹ No obstante, no nos centraremos aún en el tránsito del primer problema al segundo, al que dedicaremos ampliamente los dos capítulos posteriores. Ahora bien, tan solo la confrontación entre el mundo del texto, por utilizar la terminología propuesta por Ricoeur, y el mundo de la vida del destinatario (lector o espectador), nos permitirá transitar desde la configuración narrativa mediática hacia la refiguración e identificación subjetiva. Las narrativas mediáticas identitarias, que como ya apuntamos también podrían ser llamadas identidades simbólicas o mediáticas, son relatos que circulan en los medios de comunicación y proponen ‘imágenes sobre la identidad’ de manera típica y estable. Que estas narrativas mediáticas identitarias sean influyentes es algo incuestionable, aunque no por ello deja de ser complicado precisar en qué sentido lo son. Como veremos en los capítulos siguientes, los relatos que circulan en los medios de comunicación suscitan procesos de identificación subjetiva en los receptores. Pero antes de concentrarnos en este proceso, nos limitaremos a describir los rasgos más ostensibles de este tipo especial de narrativas mediáticas. Tal y como señalamos en el primer capítulo, el orden sociocultural tiende a

⁴⁰⁷ Cf. J. Mayans i Planells (2002) *Género chat*. Barcelona: Gedisa; y J. M. Twenge (2006) *Generación Me*. Nueva York, NY: Free Press.

⁴⁰⁸ S. Turkle (1997) *op. cit.*

⁴⁰⁹ Esta cuestión es tratada por P. Ricoeur (2008) *op. cit.*

generar determinadas formas de percepción acerca de las identidades. Estas imágenes no son reales ya que no figuran de forma fehaciente las categorías sociales que dicen representar. Por el contrario, los esquemas mediáticos funcionan como artefactos simbólicos que reproducen el orden social existente.

No olvidemos que tal y como mostró Michel Foucault en su clásica obra dedicada a la sexualidad, cada época genera modelos de persona diferente y la propia subjetividad es un potente mecanismo de reproducción y de transformación del orden social existente.⁴¹⁰ En este sentido, las imágenes sobre la identidad propuestas por los medios son firmes legitimadoras del orden social establecido y generan un aprendizaje social sobre los marcos de referencia propuestos. Por ello, una de nuestras premisas de partida es que las ‘narrativas mediáticas identitarias’ son estrategias de representación e interpelación hegemónicas que construyen la realidad social, proceso en el que profundizaremos en el capítulo VI. Es importante recordar, que como ha expuesto Víctor F. Sampedro, estos enunciados mediáticos bien pueden ser oficiales o populares, hegemónicos o marginales y gestionan las diversas imágenes públicas que circulan en los medios.⁴¹¹ Ya en 1994 el antropólogo francés Marc Augé expresó que en el mundo contemporáneo el lenguaje de la identidad prevalece sobre el de la alteridad,⁴¹² hecho con el que estamos de acuerdo, ya que consideramos que los discursos posmodernos se caracterizan por un exceso de atención prestada a las categorías de pertenencia, sea ésta nacional, étnica o de cualquier otro tipo. Ahora bien, no podemos olvidar que la creación de esquemas cognitivos o afectivos sobre lo que significa pertenecer a un grupo u otro va unida a la fabricación de la diferencia como dinámica capaz de otorgar sentido al grupo.

Para ilustrar nuestro propósito hemos configurado una tipología de narrativas mediáticas identitarias que se encuentran íntimamente relacionadas con las tres estructuras de acogida principales que describimos

⁴¹⁰ M. Foucault (1992) *op. cit.*

⁴¹¹ Cf. V. F. Sampedro (2004b) “Identidades mediáticas.” *Sphera Publica*, 4, Murcia.

⁴¹² M. Augé (1994) *Pour une anthropologie des mondes contemporains*. París: Flammarion.

en el primer capítulo: la *corresidencia*, la *codescencia* y la *cotrascendencia*. El abanico de motivos recurrentes propuesto relaciona diferentes tipos de narrativas mediáticas a cerca de la 'identidad'. Somos conscientes de que esta tipología no representa todas las formas identitarias posibles, ahora bien, muestra una serie de temas suficientemente amplia como para ilustrar los ejes temáticos más representativos que podemos hallar en el discurso de los medios de comunicación.

4.4.4.1. Las narrativas mediáticas identitarias cívicas

Este primer tipo de narrativas, que describiremos a continuación, se encuentra estrechamente vinculado con la primera estructura de acogida: la *corresidencia*. Es decir, se centra en las relaciones que los individuos y los grupos mantienen con el espacio público o lugar que habitan. Partimos de la impronta necesidad de analizar el espacio como parte esencial del análisis de las relaciones entre 'identidad' y 'alteridad'. El lugar donde el *yo* se encuentra es, sin duda, parte de la definición del propio *yo*, como ya expresamos en el capítulo II. Pero, además, en la teoría social, el espacio puede definirse como el soporte material de las prácticas sociales simultáneas. Alfred Schütz refiere de esta manera:

"Un sistema de ordenamientos espaciales se extiende así sobre los diversos estratos del mundo social. Este sistema es un aspecto importante de las relaciones sociales. Entra en la diferenciación de intimidad y anonimia, de extrañeza y familiaridad, de proximidad y distancia social".⁴¹³

Dentro del amplio marco temático de la *corresidencia*, podríamos señalar a su vez tres subcategorías o subtemas, conectados con la ciudadanía, a los que los medios dedican amplia atención: la nación, la etnia o la política. Para abordar los diferentes motivos trataremos de discernir cómo los medios representan a los ciudadanos en los medios y qué narrativas son las más recurrentes.

⁴¹³ A. Schütz y T. Luckmann (2001) *op. cit.*, p. 58.

Como es evidente, existen diversas formas de apropiarse y de imaginar un territorio. Ahora bien, dentro de la narración mediática, la nación aparece, generalmente, como el centro civilizado de legitimación de un ideal. Relacionada con sus confines, zonas o regiones que se encuentran ajenas al poder del Estado o que son contestarias, la nación emerge como una forma de unión (discurso hegemónico) o como una forma de separación liberadora (discurso marginal). En todo caso, la nación se encuentra en el centro de la identidad jurídica y los ciudadanos que tienen nacionalidad tienen derechos. Por el contrario, aquellas personas que residen en una nación pero carecen de nacionalidad dejan de ser ciudadanas de manera instantánea, como es evidente. Así, el que no la tiene es un extranjero, un foráneo, un inmigrante o, lo que es lo mismo, un intruso que no debería estar 'aquí'. La nación es propuesta como una 'comunidad de ciudadanos', para utilizar la terminología de Dominique Schnapper,⁴¹⁴ bajo la cual se establecen unos lazos invisibles que van más allá de la identidad jurídica expuesta. A este respecto, los medios proponen esquemas estereotipados a cerca de lo que significa ser catalán, español o europeo, por ejemplo; imágenes que permiten a los receptores comprender lo que se espera o se piensa de ellos y lo que los *otros* 'son' o se dice que son. Aunque este juego entre el ser, el parecer o el decir ser, pueda parecer más que evidente, no lo es tanto, cuando hoy en día se vive y se mata por las naciones.⁴¹⁵ A este respecto, en los relatos mediáticos destacan las narrativas sobre la propia continuidad y obstinación de persistir, donde sobresalen las dificultades y opacidades superadas por el grupo. La nacionalidad también implica la ciudadanía en las sociedades modernas, como ha expresado Claude Dubar. La mayor expresión de ésta es el derecho al voto, que permite, a su vez, la participación activa del ciudadano en la soberanía de la nación:

"Votar es expresar una preferencia entre candidatos, partidos y programas. El pluralismo de las posiciones políticas implica elegir, tomar posiciones motivadas simbólicamente. Tener una nacionalidad no es solamente beneficiarse de derechos (sociales, especialmente), sino también es el deber de expresar unas preferencias a

⁴¹⁴ D. Schnapper (1994) *La communauté des citoyens*. París: Gallimard.

⁴¹⁵ Cf. B. Anderson (1993) *op. cit.*

través del voto democrático, es decir, preferencias motivadas por valores y creencias”.⁴¹⁶

El elector es el modelo emblemático de representación del ciudadano, imagen que podemos observar a menudo en los medios. Este ciudadano activo es un *sujeto de decisión*, como lo ha llamado María Cristina Mata,⁴¹⁷ capaz de tomar partido políticamente, ya que participa de forma activa en la democracia y constituye, por tanto, el ideal hegemónico. Pero éste no es el único modelo de ciudadanía propuesto en los medios. Otra de las imágenes más recurrentes es la del ciudadano como *sujeto de necesidad*, como ha expresado Mata, que no sería aquel que carece de las condiciones mínimas para llevar una vida digna o que sufre cualquier tipo de situación conflictiva. Nos estamos refiriendo a los ciudadanos marginales o, mejor, a los no-ciudadanos que aparecen cada día en la agenda de cualquier telediario: los niños desnutridos, los refugiados, los sin techo, los desplazados por desastres naturales, las víctimas de delitos, etc. Estos ciudadanos pueden carecer de una residencia por diferentes circunstancias o, simplemente, tener necesidades de cualquier índole. Otro tipo de ciudadano que aparece en los medios recurrentemente es el *sujeto de demandas*, como lo llama la investigadora. Éste es capaz de afrontar la injusticia mediante la acción: reclama o se moviliza contra las situaciones de la vida pública que le desagradan. Estos ciudadanos participan de manera activa, pues manifiestan interés efectivo en los asuntos públicos y opinan, afirman o niegan lo transmitido. Ahora bien, la imagen proyectada es bastante diferente a la de los ciudadanos electores ideales, que excepto el día de la votación, permanecen en silencio.

Algunos investigadores han puesto de manifiesto que nos hallamos ante una crisis del vínculo civil ya que los mecanismos de aprendizaje, autocontrol y respeto mutuo se están viendo fragmentados: “La identidad ciudadana ha llegado a ser problemática, incierta y conflictiva. La difuminación de las señas políticas y las pérdidas de referencias simbólicas

⁴¹⁶ C. Dubar (2002) *op. cit.*, p. 152.

⁴¹⁷ M. C. Mata (2006) “Comunicación y ciudadanía.” *Revista Fronteiras*, 3(1), 5-15.

no hacen más que acentuar el proceso”.⁴¹⁸ A este respecto, a nuestro juicio, existe otro tipo recurrente en las narrativas mediáticas cívicas que sería el *sujeto incívico*, es decir, el no-ciudadano o el contra-ciudadano que podría ser el ladrón, el antisistema o el marginado.

Veamos algunos ejemplos muy evidentes donde se pueden advertir las transformaciones del ámbito cívico. La figura del incívico ha sido retratada hace poco con motivo de los disturbios de Londres. En este caso se ha construido una imagen relativamente recurrente. Estos personajes son jóvenes, inmigrantes, carecen de recursos o viven en un barrio problemático, no tienen objetivos políticos concretos y actúan de manera irreflexiva: queman, saquean, golpean sin saber muy bien por qué. Como es evidente esta interpretación es harto simplificada, pero es la predominante en el discurso hegemónico.

Otro ejemplo de narrativas que tratan acerca de la marginalidad podría ser la serie *The Wire* (2002-2008), retrato hiperrealista de los bajos fondos de la ciudad de Baltimore, donde se puede evidenciar la fractura de la confianza y las amenazas de la llamada sociedad del riesgo, si utilizamos la acepción de Ulrich Beck.

4.4.4.2. Las narrativas mediáticas identitarias afectivas

Estas narrativas vinculadas con la segunda estructura de acogida, la *codescendencia*, proponen diversos marcos afectivo-sentimentales a los individuos. A un nivel muy general, podríamos decir que se centran en las relaciones emocionales que los individuos mantienen con los ‘otros significativos’ (familia, pareja, amigos...) o con los pares, individuos con los que el proceso de identificación, como veremos más adelante es más fácil de realizar. Quizás uno de los temas más repetidos que circula en los medios de comunicación es el discurso a cerca de lo que significa ser mujer o ser hombre. Aunque algunos sociólogos como Claude Dubar aventuren que nos

⁴¹⁸ C. Dubar (2002) *op. cit.*, p. 166. Para profundizar, cf. S. Roché (1996) *La société incivil*. París: Seuil; y G. Shafir (1998) *The Citizenship Debates*. Minneapolis, MN: University of Minnesota Press.

hallamos ante una crisis de las identificaciones sexuadas,⁴¹⁹ lo cual podría significar que las diferencias entre los sexos se diluyen o desaparecen, desde nuestra perspectiva, las narrativas mediáticas continúan marcando aquellos supuestos elementos distintivos de los géneros, los sexos o las formas de vivir el cuerpo. Tal es el caso de la conocida serie norteamericana *Sexo en Nueva York* (1998-2004) que, a pesar de mostrar nuevas formas de convivencia, emancipación o relación sentimentales, esconde algunos estereotipos bastante conservadores. De hecho, tras la apariencia libertaria de sus protagonistas, cuatro solteras con ganas, dinero y dotes para divertirse, se halla una búsqueda constante del príncipe azul y el miedo a quedarse solas.⁴²⁰ Algo parecido podemos hallar en *El diario de Bridget Jones* (2001) o *Bridget Jones, sobreviviré* (2004), donde su protagonista representa el estereotipo de “solterona” fracasada, cuyo estado anímico depende exclusivamente de su relación con los hombres. Estos modos de representación sobre lo que se supone qué es ser mujer y, más concretamente, sobre lo que significa estar soltera funcionan como formas de dominación y reproducen imágenes hegemónicas simplificadoras y cargadas de valores conservadores machistas.

Mediante la lógica mediática habitual se impone un orden simbólico basado en el respeto a la tradición. Así, los medios funcionan como dispositivos míticos, rituales e institucionales que, a través de la dinámica de su funcionamiento, asignan posiciones o justifican papeles o roles aceptados socialmente. Las figuras marginales que rompen con el orden establecido siempre han existido y emergen en las narrativas de manera excepcional. Así, tanto la bruja como la prostituta, la lesbiana, la soltera o la divorciada feliz, son figuras temáticas que no se han conformado con sus papeles históricos domésticos o sexuales y que, por tanto, tienen un papel secundario en las narrativas mediáticas identitarias. Aún así, en los últimos años han surgido nuevas formas de identificación sexual que han franqueado las fronteras

⁴¹⁹ C. Dubar (2002) *op. cit.*, p. 85.

⁴²⁰ Cf. J. Arthurs (2003) “Sex and the City and Consumer Culture.” *Feminist Media Studies*, 3(1), 83-98.

entre los sexos y que, poco a poco, van configurando nuevas narrativas afectivas.⁴²¹

El devenir de la institución familiar también ha vivido importantes cambios. Aún así las narrativas mediáticas proponen esquemas recurrentes sobre lo que es ser madre, padre, hijo o lo que significa tener una familia estable. Como han expresado Xavier Pérez y Jordi Balló en *Yo ya he estado aquí*, en la televisión es donde los ideales han encontrado un dispositivo expresivo más preciso:

“Llevando al límite la *imago* antropológica de la *familia reunida (junto a la lumbre)*, los espectadores “en familia” se agrupan, a partir de la segunda mitad del siglo XX, alrededor de la pantalla de su televisor y afrontan con la naturalidad de quien observa la vida de los vecinos a través de la ventana, el despliegue de la aventura biográfica de las familias enteras que evolucionan en paralelo a sus espectadores”.⁴²²

Algunos filmes que dan buena cuenta de esta concepción conservadora de la familia unida bajo los principios de la estabilidad, la continuidad y la permanencia podrían ser *Mujercitas* (1933), *La gran familia* (1962) o *Sonrisas y lágrimas* (1965). Las series televisivas *Bonanza* (1959-1973), *Los Soprano* (1999-2007) o *Cuéntame cómo paso* (desde 2001) también parten de una concepción de la familia como institución armónica sometida a constantes crisis que ponen a prueba los vínculos afectivos, pero que finalmente los termina reforzando. Las relaciones de parentalidad propuestas y los valores familiares hegemónicos presentados sirven para crear cohesión moral y para reproducir las conductas aceptadas en sociedad. Así es como se constituyen las significaciones imaginarias compartidas. No obstante, aparecen cada vez con más frecuencia narrativas mediáticas que proponen esquemas nuevos donde la familia contemporánea es aceptada y los valores tradicionales son cuestionados. Pero no todas las familias mediáticas son estructuradas. Las nuevas familias o las familias desestructuradas también son objeto de numerosas piezas mediáticas. Tal es

⁴²¹ Estamos pensando en la aparición de nuevos personajes –hasta ahora marginales– en las series de televisión o en la publicidad.

⁴²² X. Pérez y J. Balló (2003) *Yo ya he estado aquí*. Barcelona: Anagrama, p. 29.

el caso de las series de animación *The Simpson* (desde 1989) o *Padre de familia* (desde 1999), o de películas como *Happiness* (1998) o *American Beauty* (1999). Pero la familiaridad no pasa necesariamente por el vínculo sanguíneo, como es bien sabido. En el hábito, la convivencia o la simple presencia se puede crear una familiaridad ficticia, que además hace sentir a los receptores como si los personajes fuesen amigos o vecinos reales.⁴²³ Este proceso es bastante habitual en las series de ficción sobre profesiones, por ejemplo, donde los diferentes personajes terminan creando un vínculo familiar. Tal es el caso de *Urgencias* donde el papel de estudiante en prácticas, interpretado por Noah Wyle, hace referencia al rol del hijo, por ejemplo.

Como ha señalado el sociólogo Claude Dubar, en el nuevo modelo familiar prima la construcción de las identidades personales (estatutarias e íntimas, de los cónyuges y de los hijos) por encima del sentido colectivo.⁴²⁴ También la relación de pareja puede tender hacia la individuación y el sentimiento amoroso girar en torno a la búsqueda del sí: como si cada uno encontrase su propia yoidad a la vez que descubre la del *otro*.⁴²⁵ Este fenómeno ha sido llamado por algunos investigadores ‘identificación especular’, ya que supondría el encuentro de uno mismo en el *otro*.⁴²⁶ Y es que la búsqueda del sí mismo pide todo el tiempo lazos con los más allegados.⁴²⁷ Además de representar imágenes recurrentes sobre lo que significa tener una familia hoy en día o no tenerla, los medios también narran –con todas las connotaciones sociales que ello conlleva– lo que significa estar casado o soltero, o lo que significa triunfar o no sentimentalmente. El adulterio también es un tema bastante recurrente que podemos hallar en series como *Dallas* o *Enredo*, o en filmes donde la infidelidad asegura cuanto menos la diversión, como *Sé infiel y no mires con quién* (1985) o *El otro lado de la cama* (2002).

⁴²³ Cf. T. Gitlin (1983) *Inside Prime Time*. Nueva York, NY: Pantheon; J. Mayerle (1987) “Character Shaping Genre in ‘Cagney and Lacey’.” *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 31(2), 133-151; G. Noble (1975) *Children in Front of the Small Screen*. Beverly Hills, CA: Sage; y E. M. Perse y R. B. Rubin (1989) “Attribution in Social and Parasocial Relationships.” *Communication Research*, 16(1), 59-77.

⁴²⁴ C. Dubar (2002) *op. cit.*, p. 93.

⁴²⁵ L. Roussel (1988) *La famille incertaine*. París: Odile Jacob.

⁴²⁶ C. Dubar (2002) *op. cit.*, p. 100.

⁴²⁷ F. de Singly (1996) *Le Soi, le couple et la famille*. París: Nathan.

Otro tema afectivo-sentimental al que estas narrativas prestan atención es la amistad. En ellas circulan los significados básicos sobre el alcance y los límites de estas relaciones, los tópicos acerca de lo que es ser amigo o enemigo o los modos de divertirse, por ejemplo. Bajo su apariencia distendida y optimista, podemos encontrar tendencias simplificadoras más que evidentes, ya que representan esquemas tipificadores que no responden, en muchos casos, a la diversidad de las relaciones humanas. *Aquellos maravillosos años* (1988-1993), *Salvados por la campana* (1989-1992), *Friends* (1994-2004) o *Al salir de clase* (1997-2002) son algunas series que proponen valores, normas y modos de vivir la amistad.

4.4.4.3. Narrativas mediáticas culturales

La tercera clase de narración mediática identitaria que describiremos es la que hemos llamado cultural, que se encuentra relacionada con la *cotrascendencia*, estructura de acogida referida al culto y a la vivencia de la religiosidad. La pérdida de legitimación de la institución religiosa debido –en parte a su privatización– ha hecho que la religión deje de ser el centro o el marco de referencia principal desde el que comprender el mundo y sus límites.⁴²⁸ Para explicar este fenómeno Claude Dubar se refiere al impacto de dos procesos históricos que han transformado las relaciones de las personas con la Iglesia: el primero de ellos es la secularización, y el segundo, la desinstitucionalización. Con esta expresión el autor refiere que además de la ‘pérdida de influencia’ de las instituciones religiosas en la vida privada; el descrédito ha alcanzado prácticamente a todas las instituciones tradicionales (iglesia, escuela, ejército, empresa, familia...). Ahora la “producción de las normas ha pasado al campo de la subjetividad”,⁴²⁹ y ésta es configurada por las narrativas mediáticas identitarias, es decir, por los medios de

⁴²⁸ C. Dubar (2002) *op. cit.*, p. 154.

⁴²⁹ F. Dubet y D. Martucelli (1998) *Dans quelle société vivons-nous?* París: Seuil, p. 169. (T. d. A.).

comunicación.⁴³⁰ De aquí se derivan grandes sectores de conflictos en el presente, como veremos a continuación.

El significado de la pertenencia a una religión en el ámbito occidental, sobre todo, se ha transformado. Como ha expuesto Jean-Marie Donegani, las creencias contemporáneas no son políticas, ni religiosas, sino privadas y es la conciencia individual la que decide lo verdadero, lo bueno o lo justo.⁴³¹ No obstante, podemos hallar cultos colectivos muy extendidos en nuestro tiempo como la tecnolatría –culto a la tecnología– o la mercadolatría –culto al mercado y a lo económico– que se evidencian claramente en las informaciones de actualidad. Ambas latrías han dejado de ser un medio para alcanzar algo concreto y han pasado a convertirse en un fin capaz de modificar las conductas individuales y colectivas. Como diría Lluís Duch, no es ya el ser humano el que establece sus fines mediante el mercado o la técnica, sino éstas las que fijan el devenir. Hemos implorado estos dos ejemplos porque nos resultan bastante significativos, pero es evidente que hay otras muchas latrías que se pueden observar en los discursos mediáticos, tales como el culto a lo identitario, al consumo, a la moda, al *starsystem* o al cuerpo. La centralidad otorgada a este último se encuentra muy presente en todos los espacios públicos. En este sentido las narrativas mediáticas proponen definiciones sobre lo que es sano, lo que es patológico, normal, anormal o ideal en relación a una serie de elementos tales como la autoimagen, la alimentación o la actividad física. El culto al cuerpo, como una nueva forma de adoración, sacrificio y revelación final, aparece como una norma social más, convertida en una suerte de idolatría. El cuerpo idealizado es capaz de superar la contingencia y gracias a gran abanico de productos el paso del tiempo es imperceptible.

Las imágenes representadas en los medios proponen modelos acerca de cómo vestir, moverse o responder a los cánones de belleza establecidos. Pero bajo el yugo de estos espejismos o modelos ideales, en su mayor parte

⁴³⁰ Como ya señalamos en el capítulo I, Lluís Duch ha remarcado cómo la *comediación*, cuarta estructura de acogida, referida a las narrativas mediáticas, ha engullido a las tres estructuras clásicas mencionadas. Ahora son los medios quienes producen los referentes clave. Las normas y valores se rigen por las dinámicas de consumo mediático.

⁴³¹ J.-M. Donégani (1998) "Idéologies, valeurs, cultures" en O. Galland y Y. Lemel (eds.) *La nouvelle société française*. París: Colin, p. 243.

inalcanzables, podemos hallar efectos psicológicos de gravedad, tales como la depresión o enfermedades alimentarias.⁴³² De hecho, la mayoría de estas imágenes (nos estamos refiriendo sobre todo a las vehiculadas por la publicidad) se han convertido en *presencia*, como diría Lluís Duch. Estas imágenes no remiten a nada excepto a sí mismas o, lo que es lo mismo, no representan, son presencia de sí mismas, como los ídolos religiosos.⁴³³ Aquí la interpretación por partes de los receptores es innecesaria, no hay nada más allá. Estas imágenes autorreferenciales son tan explícitas y directas que no cabe más que aprehenderlas sin rechistar. Ahora bien, la búsqueda del deseo, el placer o la belleza no son demandas nuevas y el fondo desvelan la lucha del ser humano contra la contingencia. Las revistas femeninas como *Woman* o *Mujer Hoy* o las masculinas como *Men's Health* o *GQ*, por citar algunos casos representativos, dan buena cuenta de ello en sus archiconocidos reportajes sobre cómo estar en forma, guapo o triunfar en la cama. Pero no sólo el cuerpo es objeto de culto en los medios, el creciente auge de la llamada autoayuda⁴³⁴ se puede evidenciar en muchas revistas también. El alcance de la armonía interior o el crecimiento personal son los temas principales en *Psychologies* o *Psicología*, por ejemplo. Los narradores de este tipo de géneros son gurús o consejeros que proponen pautas a seguir para estar sano (*Prevenir* o *Vida alternativa*); ser un buen padre (*Ser padres* o *El cuaderno de los padres*) o buen compañero sentimental (*Sexologies* o *Vivir en pareja*).

El culto al deporte, que va más allá de lo religioso y de lo teísta, se ha convertido en otro de los rituales centrales en los discursos mediáticos. El caso del ritual futbolístico es quizás el más poderoso en nuestro tiempo. Este ritual tiene sus propios emblemas entre los que podemos destacar una vestimenta especial, unos colores o un himno; sus ídolos, enaltecidos y adorados fervorosamente; y una liturgia basada entre otros muchos oficios

⁴³² Nos referimos a los nuevos trastornos alimentarios tales como la anorexia y la bulimia, que inevitablemente hay que relacionar con los ideales de delgadez impuestos por la publicidad y otras formas mediáticas. Volveremos sobre esta cuestión en el apartado 7.3.2.

⁴³³ L. Duch en A. Chillón (2010) *op. cit.*, p. 77.

⁴³⁴ Cf. D. Grodin (1991) "The Interpreting Audience." *Critical Studies in Mass Communication*, 8(4), 404-420; y W. Simonds (1992) *Women and Self-help Culture*. New Brunswick, NJ: Rutgers University Press.

en la asistencia regular al partido del domingo; la peregrinación a campos extranjeros; la visita del estadio vacío; la obtención de reliquias o insignias como recuerdo de la visita; el enfrentamiento o rivalidad hacia los miembros del equipo contrario, etc. El fútbol, como bien señalara Eric Hobsbawm, adquiere todas las características institucionales y rituales necesarias para convertirse en una forma de culto.⁴³⁵ Los partidos proporcionan tema de conversación y se convierten en un lugar de encuentro donde se producen procesos de identificación no sólo con los jugadores, que son un punto de referencia, o con los demás aficionados asistentes (iguales o diferentes), sino con la nación o la comunidad autónoma propiamente. El culto a lo desconocido o las supersticiones es otro de los motivos recurrentes de las narrativas culturales. Buena prueba de ello son los programas de radio de avistamiento de Ovnis como *Milenio Tres*, los televisivos como *Cuarto Milenio* o las revistas como *Año Cero*, *Enigmas*, *Tu suerte* o *Los astros*. En todos ellos podemos hallar una suerte de culto a lo exotérico que evidencia una vez más la necesidad del ser humano de encontrar respuestas a lo desconocido.

En definitiva, estos ejemplos –que no pretenden en ningún caso ser representativos, sino tan sólo ilustrar algunas tendencias– ponen de manifiesto la capacidad de los relatos mediáticos para otorgar orientación y significación a todas las experiencias individuales y colectivas. A continuación, nos adentraremos en la construcción de los imaginarios colectivos, la configuración de la memoria, el olvido y la tradición, mecanismos que hacen posible los procesos de identificación subjetiva, como veremos.

4.5. RECAPITULACIÓN

De estas sumarias reflexiones acerca de la narración se desprende que, tanto los procesos de configuración mediática de las identidades, como los procesos de identificación que realizan los sujetos y los grupos son eminentemente narrativos. Repetidamente, hemos puesto de manifiesto que

⁴³⁵ Cf. E. Hobsbawm (2002) “La fabricación en serie de tradiciones: Europa, 1870-1914” en E. Hobsbawm y T. Ranger (eds.) *La invención de la tradición*. Barcelona: Crítica, pp. 273-318.

la narrativa no es meramente una forma de descripción o comprensión. En cambio, para nosotros, tiene un alcance epistemológico y ontológico fundamental. Los aportes de la hermenéutica del texto, sobre todo, nos han ayudado a explorar el proceso mediante el cual los receptores comprenden el texto o pieza mediática y al mismo tiempo se comprenden a sí mismos. Esta afirmación es determinante porque, como veremos, los procesos de identificación están muy condicionados no sólo por el contexto o la cultura en la que los sujetos se insertan, sino también por la vivencia personal y por la biografía. Pero además, el discurso mediático es eminentemente narrativo, se constituye en forma de historia y se nutre de relatos y voces ajenas. De una manera más taxativa podríamos decir que los medios crean o configuran 'narrativas mediáticas identitarias' o relatos identitarios con temas, motivos, personajes y lugares recurrentes. Y estos relatos proponen modelos sobre los roles y las pautas de comportamiento social que condicionan los procesos de identificación. Pero al mismo tiempo, los sujetos y los grupos inciden en la configuración de estas narrativas. Primero, porque los medios se inspiran en ellos y segundo, porque las nuevas tecnologías permiten a los usuarios crear narrativas egotistas mediáticas centradas en el sujeto. En los próximos tres capítulos, después de haber recorrido los distintos modelos interpretativos de las narraciones mediáticas, trazaremos los puntos de referencia para desarrollar en mayor profundidad la dialéctica propuesta.

Capítulo V

Imaginarios colectivos, identificación subjetiva y contexto mediático

5.1. INTRODUCCIÓN

En el concepto de imaginario es quizás donde más claramente se hace perceptible el poder que ejercen las narraciones mediáticas sobre los procesos de identificación. Nuestro propósito aquí es poner de manifiesto que toda sociedad para existir necesita un mundo de significaciones, es decir, un acervo simbólico propio, donde el espacio social tenga sentido y los sujetos individuales o colectivos puedan insertarse. Este capítulo posee una importancia capital en la aproximación que llevamos a cabo acerca de la configuración mediática de las identificaciones. Dado que las imágenes sobre la identidad tienen una incidencia fundamental en la construcción de las figuraciones colectivas, ahondaremos en algunas de las principales teorías que se han formulado sobre el imaginario. Al mismo tiempo, aludiendo a algunas de las sugerencias anunciadas en el capítulo anterior, evocaremos el cariz psicológico, social, comunicativo y cultural de la memoria. A partir de aquí, podremos esbozar, sucintamente, los rasgos más característicos de la memoria mediática. A continuación, advertiremos la importancia de la tradición en la configuración de las creencias compartidas y, por último,

señalaremos el influjo que estos esquemas simbólicos, que circulan en los medios de comunicación, tienen en la construcción de las identificaciones.

Valga añadir que partiremos de la premisa fundamental según la cual los imaginarios son eminentemente sociales y colectivos, en tanto crean una autopresentación de lo que son los grupos. A la luz de lo expuesto, trataremos de profundizar en el punto de encuentro entre la configuración mediática y la refiguración subjetiva, procesos hermenéuticos fundamentales para esclarecer la dialéctica que nos ocupa.

5.2. LA INSTITUCIÓN IMAGINARIA, MÍTICA Y SIMBÓLICA DE LA SOCIEDAD

El término imaginario, aplicable tanto a un individuo (imaginario privado) como a una comunidad (imaginario social o colectivo), hace alusión a una suerte de concepciones mentales tales como las creencias religiosas, las ideologías políticas, las normas y valores sociales, los estereotipos y los prejuicios o las emociones o afectos colectivos propios de un sujeto, grupo o comunidad. No obstante, a nuestro juicio, el concepto de imaginario privado presenta algunas limitaciones, ya que las figuraciones dependen siempre del aprendizaje social. Por ello, nos centraremos en el estudio de los imaginarios compartidos. Comencemos por situar los antecedentes de las investigaciones sobre las teorías de la imaginación que, sin duda, sentaron algunos de sus precedentes teóricos posteriores. Nos podríamos remontar a las aportaciones de los filósofos neoplatónicos, a las alusiones sobre la imaginación de Aristóteles en su obra *Acerca del alma*, o a las de algunos pensadores renacentistas como Paracelso –que destacó el poder de la imaginación–,¹ Ficino o Bruno. También podemos observar algunos indicios significativos en los primeros estudios etnográficos centrados en la dimensión simbólica de las culturas africanas,² en los aportes sobre la imaginación procedentes de la fenomenología husserliana, o en las teorías

¹ Cf. A. Koyré (1971) *Mystiques, spirituels, alchimistes au XVIe siècle allemand*. Paris: Gallimard, pp. 96-99.

² Nos estamos refiriendo a la obra de Michel Leiris, *L'Afrique Fantôme* (1934), o la de Marcel Griaule, *Masques dogons* (1938). También son de gran relevancia las aportaciones de Lévi-Strauss o las de Clifford Geertz.

sobre el sentido simbólico de la existencia, entre las que podríamos destacar la obra cumbre de Ernest Cassirer, *Filosofía de las formas simbólicas*. Además, habría que sumar el papel que tuvo el psicoanálisis en el origen de estas teorías. Especialmente significativas fueron las aportaciones de Sigmund Freud acerca del inconsciente, la imaginación y los sueños, que eran capaces de revelar el estado de la psique. Asimismo, Carl Gustav Jung y, en general, los miembros del Círculo de Eranos,³ surgido en 1933, mostraron un interés especial por las imágenes, como contenido simbólico esencial para la vida, como iremos viendo. A pesar de que algunos investigadores marcan la aparición del término en Maine de Biran, en 1890,⁴ no es hasta la segunda mitad del siglo XX, como ha señalado Jean-Jacques Wunenburger, cuando podemos hallar los primeros trabajos propios de los teóricos del imaginario. El éxito creciente de la palabra en esta época, dice Wunenburger, se debe al ocaso de una cierta psicología filosófica que atribuía a la imaginación una cualidad principalmente psicológica. “Bajo la presión de las ciencias humanas, el estudio de las producciones de imágenes, de sus propiedades y de sus efectos, esto es, lo imaginario, suplantó progresivamente la cuestión clásica de la imaginación”.⁵ De hecho, el creador de la escuela más significativa es el antropólogo Gilbert Durand, fundador del *Centre de Recherche sur l'imaginaire* en 1966, sobre el que volveremos a lo largo de nuestra exposición.

Es importante no confundir la noción de imaginario con otras que bien pueden resultar parecidas. Wunenburger se refiere a las *mentalidades*, categoría más abstracta que el imaginario, a pesar de que se centra en el estudio en las actitudes psicosociales y sus efectos en los comportamientos; la *mitología*, conjunto de relatos que constituye un patrimonio de ficciones, pero que no agota toda las formas del imaginario, ya que es estrictamente narrativa; la *ideología*, interpretación global y dogmática de un campo de la vida que impone una serie de explicaciones estereotipadas; la *ficción*,

³ Entre sus miembros podemos destacar a: Carl Gustav Jung, Rudolf Otto, Mircea Eliade, Joseph Campbell, Herbert Read, Henry Corbin, Gershom Scholem, Erich Neumann y James Hillman. Para profundizar, cf. A. Ortíz-Osés (1995) *Visiones del mundo*. Bilbao: Universidad de Deusto.

⁴ Ch. Chelebourg (2000) *L'imaginaire littéraire*. París: Nathan-Université, pp. 7-8.

⁵ J.-J. Wunenburger (2008) *op. cit.*, p. 13.

invención que no corresponde a la realidad pero que no tiene por qué relacionarse con la imaginación; y la *temática*, conjunto de temas y motivos que permite estudiar la materia de las formas expresivas, pero que no puede llegar a conservar todas las dimensiones del objeto estudiado.⁶ Desde su perspectiva, el imaginario se podría definir en los siguientes términos:

“Conjunto de producciones mentales o materializadas en obras, a partir de imágenes visuales (cuadro/ dibujo/ foto...) y lingüísticas (metáfora/ símbolo/ relato) que conforman conjuntos coherentes y dinámicos que conciernen a una función simbólica en el sentido de una articulación de sentidos propios y figurados”.⁷

Lo imaginario en tanto conjunto de imágenes y relatos, pertenece a la esfera de las representaciones complejas, pero también a la de los afectos y las emociones; por ello, dice Wunenburger que se encuentra más cerca de las percepciones que nos afectan –como grupo o como individuo– que de las concepciones abstractas.⁸ Y es que aunque lo imaginario tenga un contenido (semántico) y una estructura (sintáctica) que puede ser descrita, debe, sobre todo, ser interpretado, ya que depende de una intención y de una perspectiva de conciencia. La búsqueda del sentido último es la que nos permitirá alcanzar las intenciones profundas, fuentes generadoras de inspiración y configuración de los imaginarios. “Lo imaginario –como ha subrayado Wunenburger– permite disponer, entonces, de técnicas de pensamiento simbólico y analógico (mito, símbolo, metáfora, dibujo) que interfieren en grados diversos con los procesos cognitivos”.⁹ De hecho, estas estructuras funcionan como operadores que expresan afectos, ideas, valores o normas que “enriquecen el mundo y contribuyen a elaborar el yo”.¹⁰ Por ello, es tan importante el vínculo entre los imaginarios y los procesos de identificación.

Si algo tienen en común la mayoría de los modernos estudios sobre el imaginario es su afán por recuperar la imaginación, aspecto que fue desplazado por el positivismo, como ya señalamos en el primer capítulo. No

⁶ J.-J. Wunenburger (2008) *op. cit.*, p. 1.

⁷ J.-J. Wunenburger (2008) *op. cit.*, p. 15.

⁸ J.-J. Wunenburger (2008) *op. cit.*, p. 16.

⁹ J.-J. Wunenburger (2008) *op. cit.*, p. 50.

¹⁰ J.-J. Wunenburger (2008) *op. cit.*, p. 25.

es extraño, por tanto, que Gilbert Durand criticase a aquellos que se proponían minimizar la imaginación. En la que fuera su tesis doctoral y su obra cumbre, *Las estructuras antropológicas del imaginario*, dice así: “El pensamiento occidental, y especialmente la filosofía francesa, tiene por tradición constante devaluar ontológicamente la imagen y psicológicamente la función de la imaginación ‘maestra de error y falsedad’”.¹¹ En un artículo reciente, G. B. Solares señala que, en efecto, el imaginario suele asociarse de forma banal con términos tales como ‘ficción’, ‘recuerdo’, ‘creencia’, ‘sueño’ o ‘mito’, entre otros, que también están connotados peyorativamente y se consideran inferiores o secundarios a la razón.¹² No obstante, desde nuestra perspectiva, la imaginación y los imaginarios, para ser más concretos, ofrecen un sustento básico para estudiar la sociedad y la cultura. De hecho, pueden entenderse como un conjunto de creencias compartidas por una sociedad, significaciones sociales que “muestran, contrastan y ocultan, a la vez, una realidad social”.¹³ Y es que esas significaciones hacen que el universo compartido esté ordenado y sea funcional para sus miembros, como iremos matizando. Más allá de cualquier tipo de definición axiomática, para nosotros, los imaginarios son esquemas, mecanismos o dispositivos de representación, constituidos socialmente, que permiten a los miembros de una comunidad comprender el mundo circundante. Gracias a estas herramientas, los sujetos pueden entender lo que cada sistema social aprueba o reprende y el sentido global del mundo de vida, como diría Husserl. En cierta medida, funcionan de un modo bastante similar a los marcos, ya que encuadran de forma significativa la experiencia y la ‘realidad’ compartida, pero además, ofrecen un horizonte u orden de sentido. Para nosotros esta noción, como iremos viendo, constituye una categoría clave en la interpretación de la sociedad y de las creencias e imágenes colectivas que circulan en los medios de comunicación. Como ha subrayado Pedro Arturo Gómez, sólo es posible

¹¹ G. Durand (1981) *op. cit.*, p. 17.

¹² G. Solares (2006) “Aproximaciones a la noción de imaginario.” *RMSPyS*, 198, México, p. 130.

¹³ D. H. Cabrera (2004) “Imaginario social, comunicación e identidad colectiva.” Artículo presentado en el Diálogo “Comunicación y diversidad cultural”. Forum Barcelona. Institut de la Comunicació-Universitat Autònoma de Barcelona. (InCom-UAB).

comprender los imaginarios sociales a través de su materialización discursiva y su representación efectiva,¹⁴ y en tres planos de significación:

“Un plano de los imaginarios sociales, el plano de los esquemas o estructuras de base de la representación; I) un plano donde se despliega la acción simbólica mediante el ejercicio de la función semiótica, II) el plano de las representaciones; y III) el plano de los regímenes u órdenes normativos de significación (repertorios, cuerpos de saberes/ conocimientos, estructuras de marcos y guiones, paradigmas culturales, discursos/ géneros discursivos, universos simbólicos, iconografías, etc.), plano desde donde irradia el mandato de los sistemas de representación que rige la producción discursiva”.¹⁵

La realidad, en tanto construcción social, como estudiaremos en el capítulo VI, podría ser configurada gracias a estos tres planos. Pero además, esta articulación u operación de sentido permite interrogarse, sin duda, “sobre el condicionamiento que podrían provocar ciertos mitos e imágenes ya elaboradas y vehiculadas por el consenso social e histórico”,¹⁶ cuestión de fondo que trataremos de resolver en el último apartado de este capítulo.

5.2.1. Introducción a las teorías del imaginario

A continuación, expondremos, sucintamente, los aportes más significativos de las principales teorías contemporáneas del imaginario¹⁷ que, sin duda, han sentado las bases de la moderna imaginería mediática. Podríamos considerar a Gaston Bachelard como uno de los primeros en iniciar los trabajos sobre este campo y en señalar la omnipresencia de la imagen en la vida mental. Muy influido por el psicoanálisis aplicó sus premisas para estudiar el conocimiento objetivo; posteriormente, más próximo a la teoría literaria, se centró en la búsqueda de la imaginación como función dinámica, abierta y

¹⁴ P. A. Gómez (2001) “art. cit.”, pp. 195-209. En forma de relatos, leyendas, mitos, metáforas que son vehiculados por los medios de comunicación.

¹⁵ P. A. Gómez (2001) “art. cit.”, p. 200.

¹⁶ G. Durand (1981) *op. cit.*, p. 365.

¹⁷ El siguiente artículo de Marta Herrero Gil nos ha resultado de utilidad para realizar esta panorámica. Cf. M. Herrero Gil (2008) “Introducción a las teorías del imaginario. Entre la ciencia y la mística.” *Revista de Ciencia de las Religiones*, 13, Madrid, 241-258.

evasiva en varias de sus obras.¹⁸ En su conocida *La poética del espacio* (1957), el autor transita así desde de lo psíquico a lo cultural y toma los cuatro elementos de la filosofía presocrática (fuego, agua, aire y tierra) para alcanzar todas las variaciones imaginativas posibles. A su juicio, el vocablo que corresponde a la imaginación es imaginario, no imagen, y puede medirse por su extensión psicológica,¹⁹ ya que funciona como un dinamismo organizador que permite la unión entre inmanencia y trascendencia. Sus contribuciones, que podrían resultar incipientes, fueron una gran inspiración para su discípulo Gilbert Durand, que revalorizará el dominio de la imaginación simbólica como principio configurador. El imaginario es definido por éste último como:

“El conjunto de imágenes mentales y visuales, organizadas entre ellas por la narración mítica (el *sermo myticus*) por la cual un individuo, una sociedad, de hecho la humanidad entera, organiza y expresa simbólicamente sus valores existenciales y su interpretación del mundo frente a los desafíos impuestos por el tiempo y la muerte”.²⁰

Recordemos que, a su entender, el símbolo no pertenece al dominio de la semiología ni tiene una naturaleza lingüística, sino que es incumbencia de una semántica especial y no se desarrolla en un sola dimensión.²¹ A este respecto, las categorías motivantes de los símbolos se encuentran en los comportamientos elementales del psiquismo humano.²² Es importante matizar que Durand no reivindica la igualdad entre imaginario y razón, sino un derecho de integración o, por lo menos, de antecendencia de lo imaginario y de sus modos arquetípicos, simbólicos y míticos,²³ como ya vimos. De este modo, el universo del mito no está hecho de relaciones diacrónicas o sincrónicas, sino de significaciones comprensivas. Para el antropólogo es importante el sentido simbólico de los elementos que constituyen el relato

¹⁸ Véanse: *Psicoanálisis del fuego* (1966), *El agua y los sueños* (1978), *El aire y los sueños* (1980) o *La tierra y los ensueños de la voluntad* (1994).

¹⁹ G. Bachelard (1997) *El aire y los sueños*. México: FCE.

²⁰ G. Durand (2000) *Lo imaginario*. Barcelona: Ediciones del Bronce, p. 10.

²¹ G. Durand (1981) *op. cit.*, pp. 26-27.

²² G. Durand (1981) *op. cit.*, p. 33.

²³ G. Durand (1981) *op. cit.*, p. 341.

mítico, ya que ni los arquetipos ni los mitos se traducen, son presencia semántica y tienen su propio sentido.²⁴

En *Las estructuras antropológicas del imaginario*, él propone una fenomenología para discernir las motivaciones de la imagen que divide en dos regímenes: el diurno, que se caracteriza por la antítesis entre el *yo* y el mundo; y el nocturno, que se fundamenta en la unión entre ambos. A su vez propone tres géneros estructurales elaborados y esquemas de imágenes recurrentes que pueden alternarse tanto en la imaginación de un individuo como en la de una sociedad y que “ponen en evidencia la universalidad y la atipicidad, tanto psíquica como social, de los grandes arquetipos”.²⁵ Para él, los esquemas y arquetipos constitutivos son los que conforman las estructuras de todo proceso imaginario. A este respecto, no podemos olvidar que la expresión ‘arquetipo’ no es nueva y que aparece en la Antigüedad, como sinónimo de idea en un sentido platónico.²⁶

Ahora bien, el autor que más ha profundizado en esta noción es, sin duda, Carl Gustav Jung, sobre el que volveremos reiteradamente a lo largo de nuestra argumentación. Valga anunciar sucintamente que para él, los arquetipos son la expresión de los efectos primigenios del alma y se pueden encontrar en todas las culturas, ya que son formas dinámicas o estructuras simplificadas y redundantes de imágenes que organizan la realidad y superan las concreciones individuales, biográficas, regionales y sociales. Los arquetipos modelan la forma en que la conciencia humana puede experimentar y percibir el mundo y llevan implícita la matriz de respuestas posibles que puede ser observada en una conducta particular. De hecho, como veremos más adelante, estas imágenes se pueden hallar en la base estructural de muchas piezas mediáticas.

Entre los miembros del Círculo de Eranos, también podemos subrayar la participación del islamista Henry Corbin, heredero de la hermenéutica de Heidegger, que desarrolló una teoría particular sobre los imaginarios a partir de sus estudios de mística iraní. Este investigador, que consideraba la palabra

²⁴ G. Durand (1981) *op. cit.*, pp. 339-340.

²⁵ G. Durand (1981) *op. cit.*, p. 373.

²⁶ C. G. Jung (2011) *op. cit.*, p. 106.

imaginario demasiado ambigua, optó por la de *imaginal* que hace alusión a la imaginación teofánica, la cual opera mediante símbolos y se aleja de la evidencia racional²⁷ y se acerca a lo espiritual. Este enfoque metafísico es muy similar a la propuesta de Mircea Eliade que destaca el poder de apertura de las imágenes hacia lo trascendente, como ya sugerimos en el capítulo I.

El psicólogo estadounidense James Hillman sostiene una visión trascendental y propone una vuelta a la imaginación creadora como facultad proyectiva del alma. En una de sus obras, titulada *Pan y la pesadilla*, destaca el poder de las imágenes y los mitos antiguos en la personificación de las ideas abstractas,²⁸ hecho que evidencia el poder de la imagen en los procesos cognitivos intersubjetivos.

Los filósofos españoles Andrés Ortíz-Osés e Ignacio Gómez de Liaño también han contribuido al desarrollo de las teorías del imaginario. El primero, que prefiere utilizar el término *cosmovisiones* o visiones del mundo, afirma que solo mediante una hermenéutica simbólica es posible desentrañar los sentidos ocultos de toda existencia.²⁹ El segundo relaciona la imaginación con la memoria, cimentada, primordialmente, en imágenes y lugares comunes. “El hombre no es sólo un ser racional y creyente, ni tampoco un *homos faber et consumens*, pues, no menos que todo eso, sigue siendo un animal sintiente e imaginante”.³⁰

Desde la historiografía, autores de la talla de Claude-Gilbert Dubois,³¹ Ioan P. Culianu³² o Jacques Le Goff³³ aportan nuevas visiones sobre el imaginario que igualmente son interesantes. Para Dubois los imaginarios se sitúan más allá de las mentalidades y de las ideas, propiamente dichas. El imaginario es, a su juicio, “el conjunto de fantasmas que vagan por el interior

²⁷ Cf. H. Corbin (1993) *La imaginación creadora en el sufismo de Ibn' Arabí*. Barcelona: Destino.

²⁸ J. Hillman (2007) *Pan y pesadilla*. Girona: Ediciones Atalanta.

²⁹ Cf. A. Ortíz-Osés (2003) *Amor y sentido*. Barcelona: Anthropos; (1995) *op. cit.*; (1987) *Mitología cultural y memorias antropológicas*. Barcelona: Anthropos; y (1986) *La nueva filosofía hermenéutica*. Barcelona: Anthropos.

³⁰ I. Gómez de Liaño (2000) *Filósofos griegos, videntes judíos*. Madrid: Siruela, p. 343.

³¹ C.-G. Dubois (1985) *L'imaginaire de la Renaissance*. París: PUF.

³² L. P. Culianu (1999) *Eros y magia en el Renacimiento*. Madrid: Siruela.

³³ J. Le Goff (1985) *L'imaginaire medieval*. París: Gallimard.

de los discursos, que cultivan la función referencial y revelan las estructuras imaginarias, profundas, de un sujeto cultural”.³⁴

Estas consideraciones nos inducen a preguntarnos si los imaginarios tan sólo toman consistencia de manera narrativa y, sobre todo, nos llevan a afirmar que la noción se encuentra íntimamente ligada a su condición social, cultural o colectiva, como veremos a continuación.

5.2.2. Las nuevas teorías sobre los imaginarios sociales y colectivos

Llegamos así a las modernas teorías sobre imaginarios sociales, muy vinculadas al constructivismo sociológico.³⁵ Uno de los autores que mejor ha descrito el poder del imaginario en el dominio histórico-social y que ha tratado de desmontar el proyecto desmitificador ilustrado³⁶ es Cornelius Castoriadis. En *Los dominios del hombre: las encrucijadas del laberinto*, el filósofo y psicoanalista de origen griego cuestiona –una vez más– por qué el modo de existencia imaginario es relegado, considerado deficiente o secundario; ya que para él, es ‘condición de todo pensamiento’. En *Figuras de lo pensable*, defiende el concepto de imaginación radical que proporciona una facultad espontánea de representación al psiquismo humano.³⁷ Pero el *homo symbolicus* precisa insertarse en una sociedad que, a su juicio, es creada gracias al complejo de sus instituciones particulares, que forman un todo. El término institución es empleado por el autor en un sentido bastante amplio, ya que significa, tal y como ha expresado, “normas, valores, lenguaje, herramientas, procedimientos y métodos de hacer frente a las cosas”.³⁸ No olvidemos que “la sociedad no es cosa, ni sujeto, ni idea, ni tampoco colección o sistema de sujetos, cosas o ideas”,³⁹ manifiesta. Por el contrario, es una construcción, una constitución o una creación de un mundo propio: “Su

³⁴ C. G. Dubois, citado en M. Herrero Gil (2008) “art. cit.”, p 255.

³⁵ Cf. B. Baczo (1991) *Los imaginarios sociales*. Buenos Aires: Nueva Visión. El sociólogo hace alusión al concepto de ideología de Marx; a la conciencia colectiva de Durkheim; y a la búsqueda de sentido propuesta por Weber.

³⁶ Cf. S. Fernández Pichel (2010) “Mitos e imaginarios colectivos.” *Frame*, 6, 265-284.

³⁷ C. Castoriadis (1999) *Figuras de lo pensable*. Valencia: UV.

³⁸ C. Castoriadis (1988) *Los dominios del hombre*. Barcelona: Gedisa, p. 67.

³⁹ C. Castoriadis (1989) *La institución imaginaria de la sociedad*. Barcelona: Tusquets, p. 28.

propia identidad no es otra cosa que ese sistema de interpretación, ese mundo que ella crea”.⁴⁰ Y, en gran medida, los medios de comunicación tienen un rol fundamental en la creación de ese mundo. En la propuesta de Castoriadis podemos apreciar una relación autopoietica entre la sociedad y el mundo, que toma forma gracias a su propia institución recíproca. Asimismo, el ‘todo’ ordenado es el que produce individuos y el que determina “aquello que es ‘real’ y aquello que no lo es, lo que tiene sentido y lo que carece de sentido”.⁴¹ De hecho, los ‘sujetos’ y los ‘grupos’ son los productos de un proceso de socialización y son creados en tanto fragmentos de la institución social. Una de las cuestiones clave en el pensamiento de Castoriadis es el valor imaginario de esta construcción, como podemos apreciar en este fragmento: “La institución de la sociedad es institución de las significaciones imaginarias sociales y, por principio, debe dar sentido a todo lo que pueda presentarse, tanto ‘en’ la sociedad como ‘fuera’ de ella”.⁴² Así, las significaciones imaginarias sociales hacen que las cosas sean como son o, lo que es lo mismo, generan un *magma* o *mundo de significaciones*, para usar su terminología, que permite a los sujetos y los grupos entender o delimitar el mundo social. Es más, las significaciones crean mediante diversas configuraciones un universo de discurso propio. El lenguaje es, por lo tanto, el medio fabulador gracias al cual las significaciones son instituidas y vehiculadas. Además, la institución social, para Castoriadis, tiene gran influencia en los individuos ya que les asigna, imaginariamente, un origen o causa y un destino. También les concede una genealogía, una familia y un cobijo social donde insertarse. La temporalidad también es una de las matrices clave para él: cada sociedad, dice, es ante todo la institución de una temporalidad implícita. Esto no quiere decir que cada una tenga un modo propio de vivir el tiempo, sino que este modo es creado y adquiere su existencia propia en sociedad.⁴³

Debemos referirnos a Michel Maffesoli, que ha sido uno de los sociólogos que más ha insistido en la aplicación de la noción del imaginario a

⁴⁰ C. Castoriadis (1988) *op. cit.*, p. 69.

⁴¹ *Ibíd.*

⁴² C. Castoriadis (1988) *op. cit.*, p. 178; y (1989) *op. cit.*, p. 118.

⁴³ C. Castoriadis (1989) *op. cit.*, p. 73.

ámbitos concretos de la vida cotidiana. El francés, que fundó en 1981, junto a Georges Balandier, el Centro de Estudios sobre lo Actual y lo Cotidiano, en París, elabora un sugerente modelo hermenéutico enfocado hacia la comprensión de las significaciones de la vida diaria. En su afán por desmarcarse del paradigma positivista, realza la importancia de la emoción común, el sentimiento compartido y la ensoñación colectiva, como formas que movilizan la realidad social. Maffesoli afirma que es sobre el 'mundo imaginario' donde se solidifican los sentimientos de comunidad propios de una sociedad.⁴⁴ No olvidemos que cada grupo (grande o pequeño; público o privado) se dota de un imaginario propio que le proporciona un acuerdo entre sus miembros que facilita la vida social efectiva y afectiva. De acuerdo con el discípulo de Gilbert Durand, la expresión de una emoción común es la que hace que nos reconozcamos con otros ya que "la verdadera argamasa de la sociedad es el compartir sentimientos".⁴⁵ De aquí nace su concepto de 'comunidad emocional', expresión tomada de Weber⁴⁶, con la que refiere las relaciones que las personas mantienen entre sí y con los diferentes grupos. En *El tiempo de las tribus*, Maffesoli realza la importancia de la emoción y los sentimientos vividos en común y propone el paradigma tribal como marco referencial nuclear de las sociedades posmodernas. Algunas décadas antes Charles Horton Cooley había reconocido la importancia de los sentimientos y emociones en el modo en que el *self* opera en interacción con los *otros*.⁴⁷ De manera que podemos entender las relaciones intersubjetivas e intergrupales como el origen de los sentimientos compartidos. Y los medios, como es sabido, proporcionan espacio de vivencia emocional, espectáculos compartidos donde lo local está cada vez más acentuado. Pero las tribus no se basan en grandes metarrelatos, sino en *micromitologías*⁴⁸ que se centran en lo emocional y bajo las cuales emergen los sentimientos de una

⁴⁴ M. Maffesoli (2003) "El imaginario social." *Revista Anthropos*, 198, 149-153.

⁴⁵ M. Maffesoli (1990) *El tiempo de las tribus*. Barcelona: Icaria, p. 90.

⁴⁶ M. Weber (1971) *Economie et société*. París: Plon, pp. 475-478.

⁴⁷ Cf. Ch. H. Cooley (1902) *op. cit.*

⁴⁸ Como ha subrayado Ángel Enrique Carretero, la actual dinámica del intercambio simbólico en el marco de un contexto mundial globalizado favorece, bajo el predominio de la imagen, la emergencia de una concatenación de *micromitologías*. Cf. A. E. Carretero Pasín (2006) "La persistencia del mito y de lo imaginario en la cultura contemporánea." *Política y Sociedad*, 43(2), Madrid, 107-126.

comunidad. Además, la metáfora de la tribu, subraya el investigador, permite dar cuenta del proceso de desvinculación, de la saturación de la *función* que es inherente a cada cual y de la acentuación del *rol* que cada persona está llamada a desempeñar.⁴⁹

En la sociedad posmoderna han surgido nuevas redes simbólicas o microgrupos que se guían por las identificaciones de corte empático y que conforman un nuevo modelo de socialidad. Estas redes o comunidades se caracterizan por su condición efímera, ya que los sujetos se adscriben a ellas de manera temporal y pueden moverse de unas a otras o pertenecer de manera simultánea a varias, o lo que es lo mismo, el arraigo aquí es de carácter dinámico. La adhesión a estos microgrupos carece prácticamente de normas ya que los individuos que la componen a veces no comparten ni un pasado, ni una memoria histórica o linaje, y centran su vivencia en el presente, más que en la proyección futura. En este sentido, el vínculo no es obligado, tal y como sería en las sociedades comunitarias, sino emotivo y opcional, es decir, societario. Para Claude Dubar, que ha subrayado la importancia del tránsito de las sociedades comunitarias a las societarias en la construcción de las identificaciones, el vínculo societario no determina nada; por el contrario, ofrece oportunidades, recursos, señas y un lenguaje para la construcción del *yo*. De esta manera, hace posible la idea de un nosotros centrado en la subjetividad, ya que las opciones o elecciones siempre pasan por el sujeto. “Lo societario diferencia pero no determina”.⁵⁰ Ahora bien, dentro de cada sociedad y a un tiempo, dentro de cada tribu, podemos encontrar figuras míticas y tipos sociales ideales que permiten a los individuos reconocerse y comulgar con los demás en cada momento preciso, y que, como expresaremos son, en gran medida, configuraados y vehiculados por los medios de comunicación.

Otra de las nociones clave del pensamiento de Maffesoli es la ‘utopía’. En su obra de 1977, *Lógica de la dominación*, el sociólogo la considera una forma de manifestación del imaginario que permite a los seres humanos recrearse con el pasado y edificar el futuro o, lo que es lo mismo, balancearse

⁴⁹ M. Maffesoli (1990) *op. cit.*, p. 26.

⁵⁰ C. Dubar (2002) *op. cit.*, p. 225.

entre lo posible y lo imposible.⁵¹ La fuerza de la utopía, así como la de los mitos, las religiones u otros discursos imaginarios, como diría él, radica en su capacidad de formar la conciencia colectiva e instituir la *socialidad*. Esta apreciación nos indica que los imaginarios, *de una manera o de otra*, se hallan vinculados a una praxis cultural y tienen un inmenso poder en la configuración de las identificaciones subjetivas. El estudio del imaginario permite, sin duda, acercarse a procesos sociales concretos de diversa índole. En *Comunidades imaginadas*, Benedict Anderson aplica la base teórica del imaginario social para estudiar la configuración de la idea de nación. A su juicio, ésta es una comunidad política ‘imaginada’, lo cual no quiere decir que sea falsa o ilegítima, como veremos. La nación es imaginada en tres niveles para Anderson: en relación a sus límites ya que estos son marcados por las fronteras que las separan de otras naciones; a su soberanía que es la garantía de su libertad; y en relación a la idea de comunidad, entendida como un sentimiento de compañerismo profundo entre sus miembros. De hecho, para él, “es esa fraternidad la que ha permitido, durante los últimos dos siglos, que tantos millones de personas maten y, sobre todo, estén dispuestos a morir por imaginaciones tan limitadas”,⁵² como ya vimos en el capítulo II. La fundamentación propuesta en la obra de Anderson es, sin duda, un buen ejemplo de la aplicación de la teoría del imaginario a aspectos socioculturales concretos.

5.2.3. Las proyecciones colectivas

Otros investigadores adscritos a la llamada Escuela de Grenoble como Georges Balandier, Pierre Sansot, Raymond Ledrut o Alain Pessin han adoptado la noción de imaginario como sustento teórico y han elaborado un nuevo paradigma sociológico donde los componentes mítico-simbólicos son fundamentales para interpretar la cultura o la vida colectiva.⁵³ No olvidemos

⁵¹ M. Maffesoli (1977) *Lógica de la dominación*. Barcelona: Península, p. 40.

⁵² B. Anderson (1993) *op. cit.*, p. 25.

⁵³ El imaginario en la modernidad ha sido tratado por G. Balandier (1985) *Le détournement*. París: Fayard; P. Sansot (1996) *Poétique de la ville*. París: Colin; R. Ledrut (1987) “Société réelle et

que los mitos y los símbolos proponen un orden de sentido que facilita la comprensión de las cosas, incluso cuando no hay posibilidad de comprensión. Precisamente, en la aplicación de los imaginarios al estudio de la colectividad, como veremos, es donde radica la relevancia sociológica de este orden.

La noción de proyección, entendida como categoría de mundo, es también bastante útil aquí. Podríamos hallar las raíces de este concepto en la filosofía hinduista o en el pensamiento platónico, que la considera la base del funcionamiento de la mente humana. No obstante, el origen de la proyección, en el sentido propuesto, se lo debemos a la psicología, que la vincula a la influencia de las representaciones en la psique. El término, anunciado por Jean-Martin Charcot y Josef Breuer, fue enunciada, en 1920, por Sigmund Freud. En su *Psicología de las masas y análisis del yo*, el psicoterapeuta vienés destacó la importancia de la proyección en algunos fenómenos colectivos, tales como la adoración de un líder o la propagación masiva de emociones.⁵⁴ Estos procesos, sin duda, tienen vigencia actual y se encuentran muy influidos por las proyecciones mediáticas. Para nosotros, el elemento más relevante de este dinamismo cognitivo es su aplicación al estudio de las narrativas mediáticas. De hecho, los imaginarios mediáticos se basan en figuraciones creadas *a priori* y son vehiculados por las instituciones. Como dirían Sigmund Freud o Carl Gustav Jung, los imaginarios sociales se constituyen como estados y estructuras mentales inconscientes en los individuos, aunque son configurados de forma consciente por parte de las instituciones poderosas. Recordemos que Freud, en *El yo y el ello* (1923), distinguió entre tres formas de contenido mental: el consciente, el preconscious y el inconsciente. El tránsito entre la inconsciencia (lo reprimido, incapaz de consciencia), la preconscious (inconsciencia latente, capaz de consciencia) y la consciencia⁵⁵ (apercepción subjetiva) se realiza

société imaginaire." *Cahiers Internationaux de Sociologie*, 82, 41-52; y A. Pessin (2001) *L'imaginaire utopique aujourd'hui*. París: PUF.

⁵⁴ Cf. S. Freud (2000a) *op. cit.*

⁵⁵ Las posiciones teóricas acerca de la consciencia son dicotómicas y muchos investigadores la consideran inescrutable. No abriremos un debate acerca de su alcance dado que nos alejaríamos de nuestro objeto. Para profundizar sobre sus características básicas, cf. W. James (1989) *op. cit.* Sobre las principales líneas teóricas, cf. F. J. Rubia (2010, enero) La consciencia es el mayor enigma de la ciencia y la filosofía. Conferencia pronunciada en la Real Academia Nacional de Medicina.

gracias al enlace de este contenido mental con las representaciones verbales correspondientes. Para el psicoanalista, gracias a las representaciones verbales, los procesos mentales internos se convierten en percepciones.⁵⁶

Por su parte Jung hace especial énfasis en el tenor colectivo del inconsciente, elemento clave en nuestra exploración. En *Las relaciones entre el yo y el inconsciente* señala que “el inconsciente posee contenidos no sólo personales sino también interpersonales, colectivos, en la forma de categorías *heredadas* o arquetipos”.⁵⁷ Así, más allá de la psique personal existe una colectiva, distinción difícil de plantear, ya que lo personal, para Jung, surge de lo colectivo y se encuentra íntimamente vinculado a ello. El psicólogo suizo parte de la existencia de una serie de imágenes virtuales psíquicas, categorías *a priori* de orden colectivo, que son las tendencias vitales colectivas y que él llama *inconsciente colectivo*.⁵⁸ A su juicio, “los procesos del inconsciente colectivo no están referidos sólo a las relaciones más o menos personales de un individuo con su familia o con un grupo más amplio, sino también con sus relaciones con la sociedad: con la sociedad humana en general”.⁵⁹ Aunque la forma del inconsciente es subjetiva e individual, su contenido es colectivo, ya que está formado por percepciones, ideas y sentimientos generales que aparecen en muchas personas, señala el autor. A pesar de que la tendencia habitual de la persona es fingir individualidad, al constituir un papel representado frente a los *otros* se torna necesariamente colectiva. El concepto propuesto por Jung nos lleva una vez más a poner de manifiesto que el estudio de la persona no tiene por qué ser individualista. El hecho de que los sujetos tengan actitudes típicas, como subraya el psicólogo, o desempeñen roles, como ya tratamos en los capítulos II y III, evidencia la condición eminentemente colectiva de lo personal. Esta distinción clásica entre el individuo y la persona, que Marcel Mauss hizo en su clásica *Sociologie et Anthropologie* (1968), es clave para comprender la dimensión colectiva del inconsciente y del sujeto. No obstante, nosotros preferimos utilizar la expresión imaginario en lugar de inconsciente,

⁵⁶ S. Freud (2009) *op. cit.*, p. 14.

⁵⁷ C. G. Jung (2009) *op. cit.*, p. 37.

⁵⁸ C. G. Jung (2009) *op. cit.*, p. 128.

⁵⁹ C. G. Jung (2009) *op. cit.*, p. 109.

salvando así la distinción entre los planos implícitos y explícitos de la experiencia.

Los contenidos arquetípicos, tal como propone Jung, son también interesantes para el estudio de las representaciones sociales o colectivas de carácter mediático. De hecho, el autor distingue entre ‘contenidos de carga efectiva’, que pertenecen al inconsciente personal y los arquetipos que se encuentran contenidos en el inconsciente colectivo, como ya hemos anunciado. A pesar de que los contenidos arquetípicos puedan recordar a la noción de ‘representaciones colectivas’ utilizada por Émile Durkheim o Lucien Lévi-Bhrul, existen diferencias significativas entre estos términos. De hecho, como ha expresado Jung, el concepto de arquetipo sólo puede aplicarse indirectamente a las representaciones colectivas, ya que designa contenidos psíquicos no sometidos aún a elaboración consciente alguna, y representa datos psíquicos inmediatos.⁶⁰ No olvidemos que el arquetipo representa esencialmente, para el psicólogo, un contenido inconsciente, que al concienzializarse y ser percibido cambia de acuerdo con cada conciencia individual en que surge.⁶¹

Asimismo, la existencia universal de los arquetipos demuestra que no tienen una herencia unívoca y, por ello, además de encontrarse en cada individuo pueden aparecer como mitos en la historia de los pueblos.⁶² Desde la perspectiva jungiana “los arquetipos no se difunden meramente por la tradición, el lenguaje o la migración, sino que pueden volver a surgir espontáneamente en toda época y lugar sin ser influidos por ninguna transmisión exterior”.⁶³ Esto se debe a que en toda psique existen predisposiciones que “preforman e influyen en el pensamiento, el sentir y el actuar de cada psique”.⁶⁴ Ahora bien, no están determinados en cuanto a su contenido, sino *formalmente*. Dicho con otras palabras, los arquetipos son elementos formales vacíos, que tienen *facultas preformandi*, es decir, funcionan como matrices estructurales y no como representaciones

⁶⁰ C. G. Jung (2011) *op. cit.*, p. 12.

⁶¹ C. G. Jung (2011) *op. cit.*, p. 13.

⁶² C. G. Jung (2011) *op. cit.*, p. 96.

⁶³ C. G. Jung (2011) *op. cit.*, p. 112.

⁶⁴ *Ibidem*.

concretas o acabadas, como se suele pensar.⁶⁵ La cultura es, para el psicólogo suizo, un sistema de proyecciones cuya función fundamental es dar un cauce digno a la conexión del individuo con la totalidad. Además, el mundo de representaciones ofrece a las creaciones inconscientes expresión de ciertas verdades de vital importancia.⁶⁶

Ahora bien, si los arquetipos determinan la conducta mental han de estar presentes en todos los campos de la cultura. No sólo influyen en los individuos, configurando sus emociones o sus creencias mentales, sino que, principalmente, influyen en las relaciones intersubjetivas. Y es que estas imágenes primordiales configuran la realidad cotidiana y se encuentran asociadas a las emociones y afectos colectivos.⁶⁷ Y, además, forman parte del contenido de los relatos mediáticos, como exponemos en el apartado 5.5.1.

El trayecto recorrido nos permite confirmar, pues, que la humanidad del ser está unida a la constante necesidad de confabular y construir imaginarios. Como advierte Edgard Morin en *El cine o el hombre imaginario*, el ser humano figura lo real gracias a imaginarios simbólicos, representaciones o proyecciones culturales propias de un momento concreto. La noción de *noosfera*, propuesta por Morin, también hace alusión al vínculo de lo imaginario con lo material. De hecho, a su juicio, la relación del individuo con la esfera de lo imaginario es posible gracias al doble proceso de proyección e identificación.⁶⁸ Las ideas creadas en la mente necesitan una proyección material que las favorezca y, al mismo tiempo, las proyecciones imaginarias se enriquecen gracias a las identificaciones materiales y sociales. Aquí podemos hallar una vez más la clave de la dialéctica propuesta.

Como veremos en el próximo apartado, lo imaginario confiere a los sujetos una memoria compartida al proveerles de relatos que reconstruyen el pasado y que justifican el presente. A este respecto, los relatos mediáticos vehiculan la memoria compartida y amplifican el poder de las proyecciones

⁶⁵ C. G. Jung (2011) *op. cit.*, p. 113.

⁶⁶ C. G. Jung (2008) *Acerca de la psicología de la religión occidental y la religión oriental*. Madrid: Trotta, p. 205.

⁶⁷ Profundizaremos en esta cuestión en el capítulo VI. Ya en Sartre encontramos este vínculo entre lo imaginario y lo real. Cf. J.-P. Sartre (1976) *Lo imaginario*. Buenos Aires: Losada.

⁶⁸ Cf. E. Morin (1995) *Le cinéma ou l'homme imaginaire*. París: Les Editions de Minuit; y (1983) *L'esprit du temps*. París: Bernard Grasset.

psicológicas colectivas.⁶⁹ Con este panorama sobre los imaginarios se nos ha perfilado el camino que debe seguir la investigación: deberemos preguntarnos de qué modo son vehiculados estos imaginarios y cómo son aprehendidos por los individuos y los grupos.

5.3. LA DIALÉCTICA ENTRE MEMORIA Y OLVIDO

Igual que el lenguaje, la memoria y el olvido son fenómenos de naturaleza psicosocial que permiten a los sujetos y los grupos codificar, almacenar y recuperar el pasado o, lo que es lo mismo, administrarlo y gestionarlo, si se quiere utilizar un vocabulario más institucional. Ya en el apartado 4.3.2.1. hemos anticipado la cuestión que guiará el horizonte del presente, la cual podría resumirse con el siguiente interrogante: ¿Son la memoria y el olvido procedimientos que afectan solo a los individuos o también a los grupos? Encarnación Ruiz Callejón ha expresado recientemente que recordar y olvidar son condiciones de posibilidad de la humanización, la socialización y de la biografía personal de cada individuo.⁷⁰ En este sentido, podríamos afirmar que son coextensivos a los procesos de individuación y a los de socialización. Para esta demostración, nos basaremos en los aportes más relevantes de los enfoques psicológico, sociológico y cultural.

5.3.1. La memoria como proceso psíquico

Desde la perspectiva de la psicología cognitiva y de la neurociencia cognitiva de la memoria existen diferentes sistemas en el cerebro que rigen diversas tipologías de memoria, con sus respectivas funciones y efectos. En su ya citada *Principios de psicología*, William James propuso un modelo dual – bastante arraigado hoy en día, incluso en el vocabulario cotidiano–, según el cual existen una memoria primaria, a corto plazo o inmediata, y una memoria secundaria o a largo plazo. Ahora bien, para desarrollar el vínculo existente

⁶⁹ Raymond Williams y otros investigadores de la Escuela de Birmingham han estudiado las relaciones entre proyección cultural y proyección psicológica.

⁷⁰ E. Ruiz Callejón (2001) “La crisis del ideal de verdad y la búsqueda de verdad en la filosofía de Nietzsche” en P. Gómez García (coord.) *op. cit.*, p. 236.

entre los imaginarios colectivos y la memoria prescindiremos de la primera y nos centraremos mejor en el funcionamiento y los efectos de la segunda. En 1985 Endel Tulving diferenció entre tres tipos de memoria a largo plazo: la episódica, referida a una vivencia personal; la semántica, relacionada con un hecho general; y la procedimental, donde podríamos incluir la memoria motora, implícita o automática.⁷¹ Dos años más tarde Larry R. Squire, en *Memory and Brain*, optó por un modelo dual: una memoria declarativa, que englobaría la memoria episódica y la semántica; y otra procedimental⁷² o no declarativa.⁷³ En este contexto dejaremos a un lado aquellos tipos de memoria que no nos conciernen, tales como la memoria motora (un tipo de memoria procedimental que responde al aprendizaje de tareas automáticas tales como caminar o conducir), las memorias sensoriales o perceptivas (icónica o visual y ecoica o auditiva),⁷⁴ o la llamada memoria espacial; y nos centraremos en las memorias declarativas, es decir, en la episódica y la semántica. Veamos por qué. La característica principal de las memorias declarativas es que son explícitas y permiten recuperar voluntariamente desde porciones del lenguaje hasta imágenes mentales. Dicho con otras palabras, gracias a ellas se puede evocar conscientemente recuerdos concretos de acontecimientos o estímulos. El hecho de que sean intencionadas pone de manifiesto el carácter selectivo de toda reconstrucción narrativa. Pero diferenciamos entre los dos tipos de memoria declarativa. La memoria episódica es capaz de implicar un contexto determinado ya que incluye información sobre el momento, el orden y las circunstancias en las que sucedió un acontecimiento. De ahí que sea tan

⁷¹ E. Tulving (1985) "How Many Memory Systems Are There?" *American Psychologist*, 40(4), 385-398.

⁷² L. R. Squire (1987) *Memory and Brain*. Nueva York, NY: Oxford University Press.

⁷³ Como ha señalado Neil R. Carlson este es el término genérico para referirse a la memoria procedimental o memoria perceptiva, a la de estímulo-respuesta o a la motora. Todas estas memorias parecen operar de modo automático y no requieren un intento deliberado por memorizar algo por parte de quien aprende. Cf. N. R. Carlson (2010) *Fundamentos de fisiología de la conducta*. Madrid: Pearson Educación, p. 307. También se las puede llamar 'memorias implícitas', de recuperación no intencional, término acuñado por P. Graf y D. L. Schacter en 1985. Cf. S. Ballesteros (2010) *Psicología de la memoria*. Madrid: UNED-Editorial Universitas, p. 266; P. Graf y D. L. Schacter (1985) "Implicit and Explicit Memory for New Associations in Normal and Amnesic Subjects." *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, 11(3), 501-518.

⁷⁴ Para profundizar cf. S. Ballesteros (2010) *op. cit.*, pp. 72-85.

interesante estudiar la memoria individual, dado que aporta elementos estructurales acerca del contexto social o cultural en el que sujeto se inserta. En este sentido, es una memoria de carácter específico, pues se refiere a un tiempo y un lugar concreto.⁷⁵ Pero, además, como todo episodio, representa un acontecimiento único y es vivido por alguien en primera persona. Lo que viene a significar que tiene un importante componente subjetivo. Como es evidente diferentes personas pueden participar en un mismo evento o ser testigos de un acontecimiento dado, pero tener recuerdos diversos del mismo. No obstante, sus recuerdos episódicos siempre podrán aportar conocimiento sobre el orden o las circunstancias en las que se dio un suceso concreto. Aquí se evidencia el vínculo de la memoria episódica con la vivencia y con otro tipo de memoria que funciona de modo similar: la autobiográfica,⁷⁶ que ya exploramos en el capítulo anterior.

Por su parte, la memoria semántica, propuesta por primera vez por el psicólogo Endel Tulving en 1972, representa el conocimiento del mundo y del lenguaje.⁷⁷ Al contrario que la episódica, ésta es menos específica y se refiere más bien a hechos generales, conceptos o categorías más abstractas que no tienen que relacionarse necesariamente con la vivencia. Todos podríamos recordar la fecha del descubrimiento de América e incluso poseer imágenes mentales sobre los barcos que llegaron al Nuevo Mundo sin haber estado nunca allí. De hecho, es importante señalar que este tipo de memoria no tiene por qué incluir la información sobre el momento o el contexto de aprendizaje,⁷⁸ ni tampoco tiene que ser vivida en primera persona. Como ha puntualizado Soledad Ballesteros: “Se refiere al significado, la comprensión y otros conocimientos que no se encuentran relacionados con experiencias o acontecimientos específicos de la vida de la persona”.⁷⁹ Esta memoria no hace referencia únicamente a palabras o frases concretas, sino también, y principalmente, a estructuras de información y conocimientos superiores que ayudan a configurar la memoria desde una concepción constructivista. De

⁷⁵ N. R. Carlson (2010) *op. cit.*, p. 313.

⁷⁶ Cf. S. Ballesteros (2010) *op. cit.*, p. 229-241.

⁷⁷ E. Tulving (1972) “Episodic and Semantic Memory” en E. Tulving y W. Donaldson (eds.) *Organization of Memory*. Nueva York, NY: Academic Press, pp. 381-402.

⁷⁸ N. R. Carlson (2010) *op. cit.*, p. 313.

⁷⁹ S. Ballesteros (2010) *op. cit.*, p. 188.

aquí se deriva una cierta semejanza con las ya citadas nociones de marco, esquema o *frame*. Recordemos que todas ellas son unidades de representación psicológica del conocimiento a cerca de reglas, normas, símbolos o conceptos compartidos en una sociedad. Tal y como ya anunciamos en el capítulo III, estos patrones organizados de pensamiento o esquemas simbólicos estructurados son esenciales para situarse y relacionarse en sociedad, ya que aportan una información esencial sobre las conductas apropiadas o las maneras de reaccionar ante una situación dada. Pero, además, son esenciales también para recordar, y por tanto, tienen un papel crucial en la constitución subjetiva de los procesos de identificación.

5.3.1.1. La teoría de los guiones

El concepto psicológico de *guión*, propuesto por Roger Shank y Robert P. Abelson⁸⁰, también puede resultar de gran utilidad en el estudio de la memoria semántica. Se trata de un tipo específico de esquema compartido sobre situaciones cotidianas o habituales, gracias al cual las personas saben cómo comportarse en cada momento. Es importante señalar que no todas las formas de memoria semántica son conscientes o enseñadas expresamente. Seguramente nadie nos ha explicado detalladamente cómo tenemos que comportarnos dentro de un supermercado, pero la mayoría de los sujetos siguen pautas similares: cogen un carro, eligen productos, hacen cola para pagar, entregan el dinero a los cajeros, meten los productos en bolsas y se marchan. Este tipo de comportamientos espontáneos y automáticos forma parte de la memoria semántica que se organiza en relación a esquemas cognitivos simplificados. Para Shank y Abelson, parte del conocimiento que los seres humanos tienen acerca del mundo está organizado en relación a numerosas situaciones estereotípicas. Así, el término *guión* hace referencia a “la estructura de memoria que una persona tiene para codificar, a diferentes niveles de abstracción, su conocimiento general acerca de ciertas acciones o

⁸⁰ R. Shank y R. Abelson (1977) *op. cit.*

situaciones ordinarias”.⁸¹ La mayoría de los guiones –según Shank y Abelson– se compone de cinco elementos básicos: roles estándar de los actores que participan en ellos; objetos que normalmente pueblan la escena; condiciones para dar comienzo a la actividad; secuencia estándar de las acciones que componen el guión en cuestión; y resultados posibles de la acción si ésta se lleva a buen término. Los investigadores se refieren a situaciones habituales tales como ir a un restaurante, por ejemplo, donde los roles, las secuencias de acción y las conductas apropiadas están muy marcadas. Ahora bien, aquí lo interesante sería cuestionar hasta qué punto algunas de estas secuencias estereotípicas pueden llegar a ser instituidas por los medios.

Es importante matizar que los guiones son aprehendidos –consciente o inconscientemente– e integrados en la memoria semántica, de modo que ante una situación dada el sujeto en cuestión evoca estas pautas de conducta ordenadas y aceptadas socialmente. Así, como ha subrayado Ballesteros, “los esquemas y guiones son muy importantes porque nos ayudan a formarnos expectativas sobre lo que podemos esperar en una determinada situación”.⁸² Pero ¿cómo se construyen estos guiones? Para Shank y Abelson, estos esquemas se componen de planes (objetivos hacia los que se dirige una actividad concreta) y estos, a su vez, se basan en temas. Estos últimos contienen la información fundamental sobre la que se construyen las predicciones sobre un objetivo dado, proporcionan el contexto previo para una acción y, sobre todo, dan sentido al comportamiento de una persona. Según los investigadores, existen tres categorías de temas: los de rol, los interpersonales y los vitales. Los primeros hacen alusión a las formas de comportamiento propias de un tipo de actor en la sociedad (profesor, vendedor, padre). Un tema de rol contiene reglas, riesgos o beneficios asociados, planes típicos de actuación, guiones situacionales concretos.⁸³ Lo que quiere decir que es una fórmula estereotipada acerca de una categoría social dada. Además, incluye una serie de temas asociados, que pueden ser

⁸¹ Z. Santalla Peñaloza (2000) *El sistema de la memoria humana*. Caracas: UCAB, p. 478.

⁸² S. Ballesteros (2010) *op. cit.*, p. 214.

⁸³ Véanse los aportes sobre la teoría de la identidad desarrollada por Peter J. Burke y Jan E. Stets y el apartado que hemos dedicado a la teoría de los roles: 3.3.1.

interpersonales⁸⁴ (relaciones de amor, amistad, parentales, conyugales) o vitales (modos de vida que tienen sus propios patrones de reconocimiento, objetivos y reglas de producción). A este respecto, valdría preguntarse si los relatos mediáticos influyen de algún modo en la configuración de estos guiones, que se integran en la memoria semántica y que son utilizados a diario por los miembros de una comunidad.

En definitiva, podríamos considerar que, en gran medida, el origen de la idea de sí surge de las facultades de recordar y olvidar. Los aportes del enfoque psicológico nos permiten entender la memoria como el espejo en el que la persona se reconoce y adquiere conciencia de sí misma. En este lugar, el *self* obtiene el sentido de continuidad o mismidad, que en inglés se define habitualmente como *sameness*. Recordemos que, para el psicólogo cognitivo Vittorio Guidano, “el self es una semejanza del sistema consigo mismo, reconociéndose continuamente en su propia activación y continuidad, en términos de una memoria histórico-temporal y de un proceso activo que se va haciendo en cada momento”.⁸⁵ De hecho, es necesario saber quiénes hemos sido para saber quiénes somos;⁸⁶ del mismo modo, puede serlo olvidar quiénes fuimos para poder ser otros. Aquí es donde mejor se evidencia el vínculo necesario entre la biografía individual y el imaginario social, como veremos a continuación.

5.3.2. La memoria como fenómeno social, comunicativo y cultural

Cuando recordamos u olvidamos, no sólo nos adentramos en la interioridad propia, sino que hacemos referencia a una estructura social concreta, que condiciona toda nuestra experiencia vital. La memoria nos permite compartir, adquirir conciencia, reconocer y comunicar los universos

⁸⁴ Este término es ampliamente utilizado en psicoterapia relacional. Cf. J. P. Barber *et al.* (2002) “Consistency of Interpersonal Themes in Narratives about Relationships.” *Psychotherapy Research*, 12(2), 139-158; y P. Crits-Christoph *et al.* (1990) “Quantitative Assessment of Interpersonal Themes over the Course of Psychotherapy.” *Psychotherapy: Theory, Research, Practice, Training*, 27(4), 513-521.

⁸⁵ V. Guidano, citado en A. Ruiz (2003, junio) La organización del significado que caracteriza la experiencia humana en la cultura occidental europea. Clase magistral en el Departamento de Psicología de la Universidad de Chile.

⁸⁶ Cf. M. Freeman (1993) *op. cit.*

simbólicos comunes gracias a los cuales los humanos socializan. Ahora bien, como ha subrayado Jan Assman, cuando recordamos podemos hallar dos tipos de memoria o procesos recurrentes: la memoria episódica o de experiencia y la semántica o la de aprendizaje,⁸⁷ las memorias declarativas que ya hemos mencionado anteriormente. Para él, mientras que la primera hace alusión a la vivencia y experiencia propia; la segunda se refiere a lo aprendido y retenido. Aquí, la que más nos interesa, como iremos viendo, es la semántica, ya que se encuentra vinculada al significado y al sentido y, por lo tanto, “nos muestra la estrecha relación que hay entre sentido y sociedad”.⁸⁸ Precisamente, como ha expresado el egiptólogo alemán, esta memoria está más bien organizada lingüísticamente, de forma narrativa. Además, “está claro que la influencia creadora de sentido y de estructura propia de nuestra vida en sociedad, con sus normas y valores, sus definiciones de lo que tiene sentido y lo que es importante, repercute incluso hasta en nuestros recuerdos más íntimos”,⁸⁹ tal y como expresa unas líneas más adelante. Quisiéramos partir de esta base para postular que la cultura mediática promueve la creación de la memoria y su exteriorización. Y es que los relatos mediáticos figuran y configuran, en gran medida, la memoria ‘individual’ y la memoria ‘social’ o ‘colectiva’, que son, sin duda, las dos caras de la misma moneda. Partiremos de la premisa, según la cual, la memoria individual es eminentemente social, como ya dijimos. Esto no quiere decir que la memoria esté fuera de los individuos, sino que ésta es determinada social y culturalmente.

El investigador por excelencia de la memoria social es Maurice Halbwachs, para quien el ser humano necesita relacionarse para poder recordar. Si bien desde un punto de vista psicológico los recuerdos son vividos de modo individual, no podemos olvidar que la sociedad interviene siempre en estos procesos cognitivos y afectivos. En *Los marcos sociales de la memoria*, Halbwachs se desprende de la concepción interior de Agustín y Henri Bergson, que ya explicamos en el capítulo IV, y llega hasta las

⁸⁷ J. Assmann (2008) *Religión y memoria cultural*. Buenos Aires: Litem, p. 18.

⁸⁸ *Ibidem*.

⁸⁹ J. Assmann (2008) *op. cit.*, p. 19.

condiciones sociales y emocionales de la memoria. Para él, recordar es reconstruir el pasado desde los marcos sociales presentes en una comunidad o grupo. En este caso, el marco es entendido como una estructura de pensamiento o sistema de representaciones capaz de agrupar a las personas y de crear “la visión del mundo que unifica el relato”.⁹⁰ Los marcos sociales permiten reconstruir el pasado más que revivirlo propiamente. Por eso, lo que importa de un acontecimiento recordado es el modo en que es significado por los grupos sociales. El autor se refiere aquí a “grupos permanentes de los cuales hemos sido o somos parte integrante, sea porque nos vinculamos por intervalos más o menos distantes, sea porque nos adherimos a ellos de modo permanente”.⁹¹ La idea de reconstrucción del recuerdo es importante porque éste se compone de elementos previos y posteriores al suceso. El recuerdo no puede desvincularse ni del pasado anterior ni del presente desde el que es recordado.

En este sentido, el pasado no puede conservarse intacto, en ningún caso, como ya vimos en el apartado 4.3.2. al referirnos a la teoría agustiniana de la memoria y a la temporalidad de Ricoeur. Por el contrario, el pasado es creado y recreado por los marcos sociales, ya que es transitado por la experiencia propia y transformado en cada memoria individual. Como ha manifestado Tzevtan Todorov, el individuo no puede llegar a ser nunca completamente independiente de su pasado ya que su *self* está construido por las imágenes que posee del pasado.⁹² La memoria cumple la tarea de restituir y recrear lo que ha tenido lugar, por eso se encuentra tan vinculada a la temporalidad. De este modo, los recuerdos y las figuraciones sociales son el resultado de los esquemas o marcos mencionados anteriormente, que funcionan de manera convencional. En definitiva, Halbwachs se desprende de la memoria pura e individual y afirma que sólo “se puede comprender cada uno de los recuerdos, tal como se presenta en el pensamiento individual, si se le reubica en el pensamiento del grupo”.⁹³ Aunque un recuerdo dado pueda

⁹⁰ Postfacio de G. Namer en M. Halbwachs (2004) *Los marcos sociales de la memoria*. Rubí: Anthropos, p. 338.

⁹¹ M. Halbwachs (2004) *op. cit.*, p. 167.

⁹² T. Todorov (2000) *op. cit.*, pp. 25-26.

⁹³ M. Halbwachs (2004) *op. cit.*, p. 173.

ser íntimo siempre guardará un vínculo con el medio social. Además, como subraya unas líneas después, “no puede existir ni vida ni pensamiento social sin la presencia de uno o varios sistemas de convenciones”.⁹⁴ Así, las ideas vehiculadas por los medios de comunicación y otras instituciones se convierten en hábitos de pensamiento e influyen en el medio social.

Ahora bien, no podemos ignorar que esta memoria vinculante es de carácter colectivo. Por ello también podría ser llamada memoria colectiva, cuya función principal consistiría en transmitir un esquema de referencia grupal. Diremos que la sociedad se inscribe a sí misma en esta memoria, con sus normas y sus valores compartidos: tradiciones culturales, imaginarios colectivos, imágenes recurrentes y demás mitos vehiculados por los medios de comunicación. Además, si los recuerdos reaparecen, se debe a que la sociedad dispone en cada momento de los medios adecuados para reproducirlos.⁹⁵ De ahí, la íntima conexión entre memoria, narración y medios de comunicación. Y si los archivos y documentos de todo tipo (entre los que podemos encontrar, sin duda, los relatos mediáticos) sirven de base para la memoria colectiva, como ha planteado José M^a Rubio Ferreres, es porque son ‘testimonio’ del pasado o, lo que es lo mismo, porque han dejado una ‘huella’ o un vestigio que permite hacer presente lo que ‘ya no es’ u olvidar lo que fue. En sus palabras, la memoria:

“Hace ‘permanecer todavía’ (memoria) lo que ‘ya ha pasado’ (pretérito). En este sentido se puede decir que el pasado no es sólo lo que ‘ha pasado’ (aspecto transitorio), sino también lo que ‘sigue estando preservado en el presente’ (aspecto permanente), es decir, se lo está reteniendo mediante una memoria narrada”.⁹⁶

Estas formas de narración son muy diversas, de ahí que se pueda afirmar que en la memoria colectiva podemos hallar el rastro invisible de muchas otras narraciones: una cierta polifonía de recuerdos diversos que constituyen la memoria compartida. En una línea similar Gerard Hauser ha planteado que las narrativas incorporan y rehacen el conocimiento histórico

⁹⁴ M. Halbwachs (2004) *op. cit.*, p. 323.

⁹⁵ M. Halbwachs (2004) *op. cit.*, p. 337.

⁹⁶ J. M. Rubio Ferreres (2001) “art. cit.”, p. 303.

y mitologizan el pasado como parte de la conciencia de las personas. De manera que proporcionan en gran medida la base de la memoria compartida.⁹⁷ Para Rubio Ferreres, la memoria es vivenciada en el presente mediante una ‘reconstrucción’, que se encuentra estructurada por dos elementos inseparables: “El mantenimiento de un ‘núcleo narrativo’ (la memoria) y la recomposición *simbólico-literaria* de ese núcleo (actividad mimética)”.⁹⁸ La dialéctica entre memoria y olvido puede observarse en el carácter selectivo del relato construido, como ya expresara Todorov. El poder del discurso narrativo –dice unas líneas más adelante Rubio Ferreres– radica en la manifestación de ciertos acontecimientos en forma de experiencias vividas que son significativas. Y es que “las experiencias ‘contadas’ dejan de ser simplemente ‘vividas’ y son ‘transmitidas’, esto es, ‘comunicadas’”.⁹⁹ Pero las diversas configuraciones o fabulaciones pueden incluso convertir la memoria en algo patológico, dice el investigador. En ocasiones se pueden producir ‘sueños funestos del pasado’ que descansan en un anhelo inalcanzable de dominación.¹⁰⁰ En cierta medida, las *comunidades imaginadas* de Anderson adquieren su vigencia gracias a la memoria imaginada construida y elaborada de acuerdo con unos fines, en muchas ocasiones, políticos, económicos o emocionales. Volveremos sobre la reconstrucción del pasado en el apartado consagrado a la tradición.

En *La memoria colectiva*, Maurice Halbwachs se pregunta por las fuentes de la memoria y considera que, a menudo, las ideas, reflexiones, sentimientos o pasiones individuales han estado inspirados por nuestro grupo.¹⁰¹ Esto no significa que nuestra memoria se pueda confundir con la de otros, sino que la evocación del pasado necesita el bagaje de los recuerdos históricos para constituirse: memoria de los *otros* que no completa o fortalece la mía, sino que es la única fuente que me permite construirla. La memoria colectiva es interna, por eso es la imagen del grupo visto desde dentro y durante un periodo concreto, que no sobrepasa la duración media

⁹⁷ G. Hauser (1999) *Vernacular Voices*. Columbia, SC: University of South Carolina Press, pp. 114-115.

⁹⁸ J. M. Rubio Ferreres (2001) “art. cit.”, p. 303.

⁹⁹ J. M. Rubio Ferreres (2001) “art. cit.”, p. 298.

¹⁰⁰ G. Aranzueque (ed.) (1997) *Horizontes del relato*. Madrid: UAM.

¹⁰¹ M. Halbwachs (1968) *La mémoire collective*. París: PUF.

de la vida humana. Ella presenta al grupo un cuadro de sí mismo que se desarrolla en el tiempo –ya que se trata del pasado– y en el espacio –ya que se halla muy vinculada a los contextos sociales en los que se da–. Además, este cuadro permite a los sujetos y a los grupos reconocerse siempre en una serie de imágenes sucesivas¹⁰² que les permiten reconstruir su propio pasado y su propia tradición, al tiempo que proyectan su futuro. Estos esquemas recurrentes, vehiculados por los medios, permitirán tejer las diversas identificaciones individuales y colectivas.

El egiptólogo Jan Assmann ha propuesto dos formas de memoria colectiva: la memoria comunicativa y la memoria cultural. La primera es de carácter genealógico o, lo que es lo mismo, abarca el tiempo generacional. La memoria comunicativa se crea y desaparece con los que comparten un mismo espacio-tiempo. Este tipo de memoria, que ha sido retomada por Ana Luengo,¹⁰³ surge en el contacto entre los seres humanos en actividad. La segunda, la memoria cultural, que el investigador ha desarrollado junto con Aleida Assman, es clave para entender el vínculo entre memoria y procesos de identificación. Los investigadores alemanes van más allá de los marcos sociales propuestos por Halbwachs y se refieren a los marcos simbólicos y culturales de la memoria. En contraste con la memoria comunicativa, “la cultural abarca lo originario, lo excluido, lo descartado y en contraste con la memoria vinculante y colectiva, abarca lo no instrumentalizable, lo herético, lo subversivo, lo separado”.¹⁰⁴ Esta última se concentra en puntos concretos del pasado y funciona como un dispositivo mental y cultural. Como dice el autor en *Religión y memoria cultural*:

“La teoría de la memoria cultural, que equivale a una especie de ‘giro ontológico de la tradición’ puede sintetizarse con la fórmula: ‘el ser que puede ser recordado es texto’. El lenguaje es diálogo, comprensión mutua, comunicación. El texto, en cambio, se constituye apelando a una comunicación previa. Siempre está en juego el pasado. La memoria une el intervalo entre entonces y ahora”.¹⁰⁵

¹⁰² M. Halbwachs (1968) *op. cit.*, p. 78.

¹⁰³ A. Luengo (2004) *La encrucijada de la memoria*. Berlín: Tranvia, pp. 233-256.

¹⁰⁴ J. Assmann (2008) *op. cit.*, p. 47.

¹⁰⁵ J. Assmann (2008) *op. cit.*, p. 15.

Para Assmann, la memoria no sólo tiene una base social, como bien formuló Halbwachs, sino también un fundamento cultural, que la hace convertirse en “memoria cultural”. A este respecto es crucial la interacción entre psique, conciencia, sociedad y cultura. Desde esta perspectiva, los rituales escenifican la interacción entre lo simbólico y lo físico y, sobre todo, ayudan a mantener la memoria: “Traen al presente algo lejano y ajeno, que no tiene lugar en la vida diaria y por lo tanto debe ser evocado en intervalos regulares, con el fin de preservar un contexto amenazado por la desintegración y el olvido”.¹⁰⁶ Este vínculo de sentido, que puede nacer como una alianza política o económica, por ejemplo, es el que conforma el sentimiento de grupo o el *nosotros*, y hace que los individuos se integren en una comunidad de aprendizaje y recuerdo. El miedo al olvido –o a la desaparición del grupo o las señas colectivas– es el que hace que las identificaciones, a veces, se reformulen de forma desproporcionada¹⁰⁷ o esencialista. El concepto de memoria cultural, como ha subrayado Assmann, se corresponde con lo que Derrida llama ‘archivo’ y Berstein, ‘tradicición’ y, al igual que estos, es deudor de los análisis freudianos de la dimensión y la dinámica psichistórica de la transmisión cultural.¹⁰⁸ Pero ¿qué ocurre con los recuerdos mediáticos?, ¿cómo son configurados?

5.3.3. La memoria mediática: entre ritualidad y provisionalidad

Las consideraciones hechas hasta aquí nos han proporcionado el suelo teórico para comprender el alcance de la memoria en los procesos de socialización. Hemos referido que los marcos sociales permiten organizar nuestro recuerdo biográfico y a la vez el sentido grupal o sentimiento de pertenencia. Es así como debemos entender el vínculo necesario entre el

¹⁰⁶ J. Assmann (2008) *op. cit.*, p. 34.

¹⁰⁷ Muchos *ismos*, tales como los imperialismos o los racismos, surgen como un miedo a ser dominado por otros, es decir, por la amenaza que la alteridad supone para el mantenimiento de la supuesta estabilidad grupal. Si los otros ocupan el espacio y lo transforman con sus diversas formas de hablar, actuar o de ser, el ‘nosotros’ puede resquebrajarse o tambalearse. Desde esta perspectiva, desgraciadamente, se olvida el enriquecimiento que siempre puede aportar la diferencia.

¹⁰⁸ J. Assmann (2008) *op. cit.*, p. 47.

lenguaje y la memoria, elementos clave tanto en la rememoración individual como en la experiencia colectiva. Por su parte, la memoria cultural, que sin duda también podríamos llamar memoria cultural, establece los ritmos de la experiencia. No olvidemos que el ser humano es un ser histórico y rítmico que precisa de rituales que le vayan marcando las diferentes temporalidades vivenciales. Con razón las personas que desechan la ritualidad (pierden o rompen el ritmo de la vida), enferman.¹⁰⁹ En este sentido, la culturalidad es un ingrediente constitutivo de la vida cotidiana que se articula, en gran medida, gracias a la memoria. A este respecto, la pregunta final que habríamos de plantearnos sería: ¿Cómo los relatos mediáticos traman y urden la memoria y el olvido compartido? En “La urdimbre mitopoética de la cultura mediática”, Albert Chillón ha señalado que “la cultura mediática ejerce *un papel preeminente en la configuración de la memoria y de las proyecciones colectivas*”.¹¹⁰ Las mediaciones comunicativas actuales proponen un abanico de configuraciones simbólicas que graban en la conciencia de los grupos no sólo los acontecimientos más significativos sino también un sinfín de imágenes recurrentes (esquemas o modelos de tenor arquetípico, típico y estereotípico, como ya hemos señalado).

Ahora bien, la cuestión más problemática a la hora de estudiar el modo en el que se configura la memoria mediática es el equilibrio que ésta establece entre la ritualidad y la provisionalidad, es decir, entre la continuidad y el cambio. Si bien los relatos mediáticos reproducen de manera rítmica la culturalidad (los nacimientos, los casamientos, los divorcios, las defunciones son algunos de sus temas recurrentes), al mismo tiempo se basan, como es sabido en lo provisional, en lo espontáneo y en lo novedoso. El culto a lo efímero no sólo es observable en los relatos acerca del cuerpo, la moda, el consumo o el dinero, por citar unos pocos temas repetitivos; sino también y principalmente en los llamados hechos o acontecimientos, material principal de los informativos. Como es bien sabido, la mayoría de estos

¹⁰⁹ Estas ideas son fruto de las conversaciones mantenidas con el antropólogo Lluís Duch. Recordemos que existen dos grandes tipos de ritualidades: las vinculadas e institucionalizadas con el calendario (propias de cada cultura) y las no periódicas o improvisadas (nacimiento, defunción...) Éstas últimas han sido llamadas ritos de paso por Arnold van Gennep. Cf. A. van Gennep (1986) *op. cit.*

¹¹⁰ A. Chillón (2000) “art. cit.”, pp. 134.

sucesos tienen una vida corta, y con la misma rapidez que irrumpen en las agendas, repentinamente son desplazados, silenciados o condenados al olvido. Estamos pensando sobre todo en la cobertura de ciertos conflictos que aparecen y desaparecen de la agenda.

Pero además de ritual (repetitiva) y provisional (efímera), la memoria mediática se encuentra a caballo entre las dos memorias declarativas mencionadas al principio. Por una parte está cercana a la memoria episódica o de experiencia, porque se basa en el recuerdo acerca de una vivencia –el propio acto de recepción es una actividad cognitiva, afectiva y efectiva– y de una experiencia –aunque sea mediada o acerca de otros–. Por otra parte, es similar a la memoria semántica o de aprendizaje, ya que implica un conocimiento impersonal acerca del mundo y de los *otros*. Y aunque no sea vivida en primera persona sí que es reapropiada de manera singular en el proceso de recepción. Pero veamos los que a nuestro juicio son algunos de los aspectos más relevantes de este tipo de memoria. En primer lugar, es de carácter generacional, como la memoria comunicativa de Assmann, ya que es compartida por grupos de personas que han vivido un mismo momento histórico aunque no necesariamente en primera persona. La muerte de Franco, el casamiento de Lady Di, el escándalo Lewinsky, el ataque a las Torres Gemelas o la ejecución de Sadam Hussein podrían ser algunos de los recuerdos mediáticos colectivos compartidos por una misma generación.¹¹¹ En segundo lugar, es inestable como ya hemos anunciado, porque cada individuo puede conservar recuerdos específicos en función de su manera de relacionarse con los medios y de su trayectoria biográfica. Aquí entrarían en juego la curiosidad y el interés de los receptores por unas temáticas o contenidos concretos que harán que recuerden mejor unos contenidos que otros. No olvidemos que los medios satisfacen la curiosidad, característica

¹¹¹ Entendemos aquí el concepto de generación como una construcción simbólica o sentimiento de pertenencia de grupo que vincula a los individuos con su contexto histórico-social. Las narrativas mediáticas se componen de una serie de imágenes –representaciones, estereotipos y valores– que legitiman y modelan el imaginario de cada generación. Como ha subrayado el antropólogo Carles Feixa, la edad funciona como un constructo cultural cuyas formas y contenidos son cambiantes en el espacio, en el tiempo y en la estructura social. Cf. C. Feixa (1996) “Antropología de las edades” en J. Prat y A. Martínez (eds.) *Ensayos de antropología cultural*. Barcelona: Ariel, pp. 319-335.

propia del ser finito.¹¹² En tercer lugar, este tipo de memoria es muy moldeable, ya que puede modificarse, completarse o transformarse por la influencia de otras fuentes o agentes exógenos. Las diferentes estructuras de acogida (*corresidencia, codescendencia y cotrascendencia*) son también muy influyentes. Y en cuarto lugar, si las figuraciones son interiorizadas o apropiadas pueden llegar a convertirse en parte del universo simbólico de un grupo determinado. Asimismo, la memoria mediática puede traducirse en determinadas percepciones del espacio y del tiempo, en formas de comunicación verbal y corporal o en mecanismos de resistencia o cohesión social. Y es que no podemos olvidar la conexión sistémica y autopoiética que existe entre memoria, conciencia de sí y comunicación. Tampoco que la configuración y la transmisión de la memoria están íntimamente vinculadas a la tradición, como veremos a continuación.

5.4. LA IMPORTANCIA DE LA TRADICIÓN EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN

A primera vista se podría pensar que las memorias cultural, cultural y comunicativa se construyen gracias a la vivencia compartida, pero ¿dónde se encuentran sus fuentes más profundas? Al acercarnos al universo de los imaginarios colectivos se nos ha revelado que la tradición y sus respectivas articulaciones contextuales son clave para comprender los fenómenos que nos ocupan. Como veremos, la tradición inspira la mayor parte de los procesos de identificación y emerge como una marca distintiva capaz de crear no sólo la memoria del grupo, sino también la conciencia de cada uno de sus miembros. Como ha subrayado Lluís Duch, la tradición constituye el conjunto de los *sedimentos intersubjetivos* que pueden ser reconocidos, recordados y transmitidos por la memoria individual y colectiva como si se tratase de una especie de *biografía común* de todos los individuos.¹¹³ Antes de nada es importante señalar que desde nuestra perspectiva la tradición es

¹¹² Mientras que el animal es un ser satisfecho, el humano es un animal insatisfecho con continuas y múltiples aspiraciones. Hans Blumenberg ha estudiado cómo se erige el interés por la curiosidad en la cultura. Cf. H. Blumenberg (2008) *La legitimación de la Edad Moderna*. Barcelona: Pre-textos.

¹¹³ L. Duch (2010) *op. cit.*, p. 54.

una condición humana estructural: el hombre es por encima de todo heredero. Así, los sujetos necesitan referentes acerca de lo que fueron sus antepasados para poder configurar el presente y para poder identificarse en el presente. Pero además, la tradición es fruto de su contexto, ya que es articulada históricamente. De manera que la tradición es tanto una condición estructural como una articulación histórica. Hemos realizado esta distinción basándonos en el modelo interpretativo propuesto por Lluís Duch, que explicamos en el primer capítulo.¹¹⁴ Recordemos que la estructura proporciona temas *a priori* –lo tradicional– la historia articula dichos temas *a posteriori* –las tradiciones–. De modo que estos relatos o articulaciones diversas –tradiciones– no son más que estrategias discursivas –a menudo de carácter político e ideológico– que tienen una poderosa incidencia en la construcción del presente. En cierta medida, la construcción de este último dependerá de las complejas conexiones que mantenga con el pasado. No perdamos de vista que estas relaciones transitarán entre la necesidad de mantener o establecer lo ocurrido y la de cambiar, transformar o incluso imaginar el pasado, como iremos desarrollando.

Los primeros interrogantes que habríamos de plantearnos, por tanto, son de tipo estructural: ¿Para qué sirve la tradición a los seres humanos?, ¿para solucionar el presente o para situarse nostálgicamente en relación al pasado? A nuestro juicio, la tradición es herencia que precisa ser actualizada en relación a los contextos presentes. De esta manera, las dos temporalidades (pasado y presente) han de articularse de manera simbiótica. Además, la tradición como referente simbólico es una pieza clave en la constitución de la memoria cultural y del presente cotidiano de los miembros de una sociedad. Recordemos que la humanidad ha recurrido siempre, ya desde muy temprano, a todos los posibles mecanismos mnemotécnicos y sistemas de registro para facilitar el acceso posterior al pasado.¹¹⁵ Un alcance, que como es evidente, nunca podrá ser fiel ni absoluto y siempre será mediado. Precisamente, algunas de las primeras pinturas prehistóricas y, como es evidente, la escritura misma nacieron vinculadas a una genuina necesidad de

¹¹⁴ Véase la nota 2 del capítulo I.

¹¹⁵ J. Assmann (2008) *op. cit.*, p. 15.

registrar lo acontecido. De ahí surgen los diversos archivos o los llamados por Assman 'espacios del recuerdo', que mantienen vivo el pasado hoy. Estos elementos entre las que podríamos citar los álbumes fotográficos o grabaciones familiares, las estatuas dedicadas a los héroes de guerra, los monumentos lapidarios o los censos catastrales no son más que una evidencia del afán del ser humano por conservar vestigios de lo ocurrido. Como ha destacado Lluís Duch, toda tradición posee una base material (costumbres, rituales, convencionalismos, normativas, recetas...) con sus diferentes recorridos y articulaciones históricas; pero para que haya una auténtica tradición tienen que darse los actos humanos de *transmisión* y de *recepción*. A la luz de estos planteamientos, la tradición es una verdadera acción comunicativa.

De hecho, la tradición no es un simple acontecer que pudiera conocerse y dominarse por la experiencia, sino que es *lenguaje*, esto es, habla por sí misma como lo hace un tú,¹¹⁶ como ha expresado Gadamer. Recordemos que para el hermeneuta, la tradición es una constitución lingüística de la existencia humana en dirección al 'texto' o, lo que es lo mismo, funciona como un pre-texto. Así, esta categoría se encuentra lingüísticamente articulada y forma cada realidad presente. En este sentido, la tradición funciona como una conciencia histórica que permite entrar en contacto con la alteridad del pasado y con la del presente. Y, sobre todo, funda la precomprensión necesaria para todo acto de comprensión. Visto de este modo, todo acto de comprensión se funda en la memoria y simultáneamente toda existencia o experiencia vital necesita de la tradición.¹¹⁷ Para Jan Assmann, el concepto de tradición bien podría interpretarse de dos modos: desde el punto de vista de la memoria y el recuerdo, como lo hizo M. Halbwachs, donde la tradición se relacionaría con el saber social y normativo, conservado mediante formas simbólicas y administrado por las instituciones; o desde el de la escritura, como ocurre en el caso del rito judío y católico, entendida como saber encarnado o incluso

¹¹⁶ H.-G. Gadamer (2007) *op. cit.*, p. 434.

¹¹⁷ Cf. R. Bernstein (2002) *Freud y el legado de Moisés*. México: Siglo XXI.

extralingüístico.¹¹⁸ Para nosotros, sin duda, la primera interpretación es la que aporta más luz a la comprensión de nuestro objeto de estudio. De hecho, los medios proporcionan relatos tradicionales que satisfacen la necesidad heredera de los seres humanos y al mismo tiempo proponen modelos de conducta, normas y valores compartidos, que se imponen en tanto forman parte del 'pasado'. Como ha subrayado Assmann: "El camino natural de la tradición no conduce a la escritura, sino a la costumbre, no a ser explicada, sino a volverse implícita, habitual e inconsciente".¹¹⁹ Precisamente este proceso es el que más nos interesa, el camino que va desde la configuración – implícita o explícita– del saber vivido –individual o colectivo– a la refiguración subjetiva del mismo. Así vista, la tradición ofrece un marco comprensivo sobre la historia efectual del grupo que debe ser reactualizado y reinterpretado por cada uno de sus miembros. Y de nuevo, nos encontramos ante una experiencia hermenéutica donde el intercambio comunicativo permite alcanzar la comprensión.

5.4.1. Tradición y narración

Pero ¿de qué modo estas categorías expresivas comunicativas que hacen coexistir presencia y ausencia se hacen comprensibles? Quizás este sea el quid de la cuestión: cuando la tradición se convierte en relato, cuando es narrada y recordada, es cuando adquiere su pleno significado en el presente.¹²⁰ Como ha precisado Gadamer:

"El portador de la tradición no es ya tal o cual manuscrito que es un trozo de entonces, sino la continuidad de la memoria. A través de ella la tradicional tradición se convierte en una porción del propio mundo, y lo que ella nos comunica puede acceder por sí mismo al lenguaje. Allí donde nos alcanza una tradición escrita no sólo se nos da a conocer algo individual sino que se nos hace presente toda una humanidad pasada, en su relación general con el mundo".¹²¹

¹¹⁸ J. Assmann (2008) *op. cit.*, p. 89.

¹¹⁹ J. Assmann (2008) *op. cit.*, p. 90.

¹²⁰ Y es aquí donde los relatos mediáticos entran en juego en tanto configuran, recrean o inventan las tradiciones, como veremos al final de este capítulo.

¹²¹ H.-G. Gadamer (2007) *op. cit.*, p. 469.

Además, la fuerza narrativa y psicológica que aporta la tradición a la memoria cultural y a la proyección de identificaciones pone de manifiesto el poder simbólico del pasado y de los ancestros como institución poderosa capaz de delimitar en el presente las llamadas, convencionalmente, 'identidad' y 'alteridad'. De ahí su papel clave en los procesos de identificación que siempre transitan entre la permanencia (conservación cultural) y la transformación (ruptura con el pasado). Ahora bien, el vínculo entre conservación y ruptura no ha de verse de manera dicotómica. Ya que más que tratarse de dos movimientos diferenciados deberíamos entenderlos como uno mismo coimplicado, tal y como ha sugerido el antropólogo Lluís Duch. A su juicio, la tradición debe articularse de manera comprensiva e integradora y transitar entre la continuidad y el cambio, entre la permanencia y la transformación.¹²² Para nosotros, las consecuencias de que la tradición no se articulase bajo este esquema de continuidad-cambio serían nefastas, ya que asistiríamos al imperio o al monopolio de una única forma de discurso: o bien el de la conservación o el de la nostalgia (que idealiza el pasado y se niega a aceptar cambios) o al de la transformación o la utopía (que idealiza el progreso y pretende olvidar lo anterior). De hecho, un discurso que priorice o se centre exclusivamente en uno de los dos ejes propuestos conduciría, sin duda, a un empobrecimiento de la temporalidad humana, que precisa de ambas categorías para construirse saludablemente, como diría Duch. De todos modos, es importante recalcar que la tradición no debe entenderse en ningún caso como una colección estanca de referencias textuales, religiosas o culturales, sino como:

*“Una acción comunicativa y contextualizadora, con el concurso de la cual los individuos y los grupos humanos integran algunos fragmentos de la dotación cultural de sus antepasados en su propio presente, a fin de hacerlo ‘visible’ para ellos mismos y, en segundo movimiento, para estar en condiciones de poder transmitir su herencia religiosa, cultural y social a la posteridad”.*¹²³

¹²² Cf. L. Duch (2010) *op. cit.*, pp. 53-54.

¹²³ L. Duch (2010) *op. cit.*, p. 56. (T. d. A.).

También es importante señalar que el proceso de transfiguración o relectura de las diversas prácticas tradicionales es de carácter hermenéutico, ya que permite a los individuos relacionarse con el pasado e interpretarlo desde el momento presente. Sin embargo, esta exégesis siempre se encuentra en peligro, puesto que puede generar conflictos de interpretación o transmisión.¹²⁴ A este respecto es necesario destacar la importancia de la traducción en los procesos de configuración y producción de la tradición. Así, ambas podrían ser entendidas como una forma de mediación o un trasvase entre dos realidades o entre dos temporalidades. No olvidemos que el ser humano está siempre en dos lugares, pasando de uno a otro, transitando entre la interioridad y la exterioridad, la mismidad y la alteridad, la presencia y la ausencia, el pasado y el presente, el presente y el futuro, entre otros. Y este movimiento de traducción entre una realidad y otra entraña que siempre haya pérdidas y ganancias. De hecho, siempre que hay una transmisión sea ésta lingüística, cultural, cultural o, incluso, mediática hay pérdidas. Esto se debe a que no hay igualdad matemática entre una realidad y otra, ya que no existe la literalidad o la traducibilidad absoluta o total.¹²⁵

Uno de los elementos más interesantes de la aportación de Lluís Duch es el vínculo propuesto entre tradición y narración. Para él, pertenecer a una determinada tradición equivale a entrar en una trama argumental determinada. Este proceso argumentativo, en la sucesión de espacio y tiempos, mantiene “la coherencia y la intelegibilidad de los argumentos por medio de la narración –más que por la explicación– de unos fragmentos seleccionados –cada época hace su selección– de la mencionada tradición”.¹²⁶ Dicho con otras palabras, la tradición funciona como una estructura figurativa capaz de dotar de sentido al horizonte interpretativo de una cultura determinada. O como diría Jan Assmann, “la tradición es la tarea de

¹²⁴ Tanto las nuevas articulaciones como sus interpretaciones están amenazadas por el peligro de caer en la incoherencia. L. Duch (2010) *op. cit.*, pp. 60-61.

¹²⁵ Acerca de los límites de la traducibilidad, cf. L. Bohannan (1993) “Shakespeare en la selva” en H. M. Velasco (comp.) *La cultura, las culturas*. Madrid: UNED, pp. 75-85. En esta necesidad de transvase de una realidad a otra es donde mejor se evidencia la importancia de la simbolización como mediación esencial.

¹²⁶ L. Duch (2010) *op. cit.*, p. 61. (T. d. A.).

transmitir y de recibir así como de almacenar lo transmitido”.¹²⁷ Sin embargo, esta operación no siempre es tan sencilla ni los efectos de esta figuración son saludables en todos los casos, como ya hemos anunciado. Maurizio Bettini ha puesto de manifiesto los peligros que una mala configuración del pasado puede traer consigo. La creciente revalorización de la tradición en los últimos años es preocupante para el investigador, ya que en ocasiones ésta emerge como el único lugar o baluarte de la llamada identidad grupal.¹²⁸

Así pensada y llamada, ésta parece una categoría estatutaria fruto del pasado en lugar de ser una creación del presente. En este sentido, la tradición en tanto reelaboración es, necesariamente y en todo caso, una recreación. Esta tendencia configuradora de la tradición entraña dos problemáticas o peligros que veremos a continuación. El primero sería un estancamiento en el pasado y una consecuente suspensión del presente, como ya anunciamos. En el padecimiento de esta “nostalgia” no podríamos despojarnos del pasado y, por lo tanto, no podríamos llegar a ser otros. El segundo sería un mal uso del pasado, que podría transitar entre la omisión de datos o aspectos relevantes hasta la tergiversación o la mentira.¹²⁹

En gran medida muchos de los debates actuales sobre la memoria histórica cuestionan los límites entre lo que se debe o no recordar. De esta manera, el control del recuerdo aparece como un recurso legitimador en manos de las instituciones o los medios poderosos. Vistas así, las tradiciones más que conservar, proponen y crean prácticas simbólicas determinadas que se convierten en rituales cotidianos.

¹²⁷ J. Assmann (2008) *op. cit.*, p. 45.

¹²⁸ M. Bettini (2001) “Contra las raíces.” *Revista de Occidente*, 243, 79-97.

¹²⁹ Buen ejemplo es el que utiliza el investigador al final de su artículo sobre la invención de la etnicidad en el conflicto ruandés y sus sangrientas consecuencias. Cf. M. Bettini (2001) “art. cit.”, pp. 94-97. En *La invención de la tradición* Terenci Ranger estudia cómo los administradores británicos inventaron falsos modelos de tradición africana, tergiversaron el pasado y crearon nuevas realidades a favor de sus intereses colonialistas. Cf. T. Ranger (2002) “El invento de la tradición en el África colonial” en E. Hobsbawm y T. Ranger (eds.) *op. cit.*, pp. 173-219.

5.4.1.1. La tradición inventada y sus limitaciones

Pero Bettini no ha sido el único en poner de manifiesto el carácter imaginario de la tradición. Ya en 1983, Eric Hobsbawm delimita la noción de 'tradición inventada' con la que se refiere a algunas de éstas, que a pesar de reclamar o parecer ser antiguas son más bien recientes o inventadas. De aquí surgen los mitos que fundamentan muchos de los *ismos* de hoy en día, que llevan a los pueblos a luchar y a morir por ideas tan limitadas, como ya anunciara Anderson. En palabras de Hobsbawm:

“La ‘tradición inventada’ implica un grupo de prácticas normalmente gobernadas por reglas aceptadas abierta o tácitamente y de naturaleza simbólica o ritual, que buscan inculcar determinados valores o normas de comportamiento por medio de su repetición, lo cual implica automáticamente continuidad con el pasado”.¹³⁰

Sin embargo, aunque la costumbre y la convención también sean repetitivas no deben confundirse con la tradición. Ésta última tiene un significado ritual y una función simbólica de la que las dos primeras, generalmente, carecen. “El objetivo y las características de las ‘tradiciones’, incluyendo las inventadas, es la invariabilidad. El pasado, real o inventado, al cual se refieren, impone prácticas fijas (normalmente formalizadas), como la repetición”.¹³¹ Las costumbres y rutinas sociales, por el contrario, aunque son automatizadas tienen un carácter un poco más variable y no descartan la innovación o el cambio. En todo caso, la tradición no es fruto de un aprendizaje técnico, sino de uno ideológico. A los ojos del historiador, las tradiciones inventadas pueden pertenecer a tres tipos: las primeras crean o simbolizan cohesión social en una comunidad –sentimiento de pertenencia al grupo–; las segundas legitiman instituciones o relaciones de poder y autoridad; y las terceras inculcan creencias, sistemas de valores o convenciones relacionadas con el comportamiento.

¹³⁰ E. Hobsbawm (2002) “Introducción a la invención de la tradición” en E. Hobsbawm y T. Ranger (eds.) *op. cit.*, p. 8.

¹³¹ *Ibíd.*

A pesar de que la noción de ‘tradición inventada’ propuesta por el historiador británico es interesante, a nuestro juicio presenta algunas limitaciones. De hecho, Hobsbawm parece reducir lo estructural a lo histórico.¹³² Sin embargo, no cabe duda de que las expresiones o relatos tradicionales pueden cambiar o ser modificados intencionalmente al entrar en contacto con otras culturas o al participar de la dimensión histórica del ser humano. Sin embargo, no podemos olvidar que existen una serie de aspectos invariables, anteriores a los cambios o contingencias históricas.¹³³ Así planteado, los temas recurrentes no son actuales, sino estructurales. Si bien el pasado temático continúa en las tradiciones y es articulado de manera contextual, el fondo es el mismo. Lo que cambia o se inventa por tanto es la articulación lingüística o la adaptación histórica del tema. Por tanto, la tradición –como tema– no puede ser inventada, lo que se inventan, configuran o recrean son los relatos o articulaciones acerca de las tradiciones. El principio básico sería que la condición humana es eminentemente tradicional y no puede dejar de serlo. De hecho, no hay posibilidades extraculturales para el ser humano, ya que no existe una generación espontánea. Por el contrario, somos herederos por naturaleza y nuestro trayecto biográfico siempre estará impregnado de recuerdos sobre nuestros ancestros, nuestra cultura o nuestra historia. Ahora bien, lo que sí que es cierto es que ser tradicional puede ser articulado de un modo u otro. De hecho, en virtud del momento habrá una articulación diferente. Así argumentado, estaríamos en disposición de afirmar que haya relatos tradicionales o acerca de la tradición inventados o reconstruidos desde el presente. Además, precisamente, estas articulaciones históricas son las

¹³² A la luz del modelo interpretativo propuesto por Lluís Duch, como ya vimos en el primer capítulo, si reducimos lo estructural a lo histórico caeremos en el reduccionismo o el relativismo, ya que sólo prestaremos atención a la existencia, fruto exclusivo de las coyunturas económicas, sociales o políticas; por el contrario, si reducimos lo histórico a lo estructural tropezaremos con el esencialismo, ya que no tendremos en cuenta las peculiaridades culturales e históricas de cualquier situación. Cf. L. Duch (1978) *op. cit.*, p. 110.

¹³³ L. Duch (1978) *op. cit.*, p. 99.

únicas que nos permiten aprehender lo estructural, que es inferido por lo histórico.¹³⁴

Pero, sobre todo, somos seres tradicionales, en tanto que necesitamos inventar relatos tradicionales que justifiquen “lo que somos” o lo que decimos ser. De hecho, la intención profunda de todas las expresiones o relatos tradicionales, junto a las funciones sociales o políticas, que puedan realizar, podría ser la de desvelar quiénes somos. Es aquí donde se evidencia claramente el vínculo entre tradición e identificación. Para mantener una imagen grupal coherente y permanente (ilusión de grupo) tenemos que inventar relatos diversos acerca de la tradición. Y el poder de estas narraciones tradicionales, por tanto, radica en su capacidad de pasar a convertirse en parte de la memoria cultural o los imaginarios compartidos. Así, las tradiciones son una herramienta discursiva de cohesión e identificación importantísima que no sólo crean sentimiento de grupo, sino que también marcan las diferencias entre unos miembros y otros. A la luz de un relato tradicional dado, las diversas categorías sociales o ‘señas de identidad’ pueden verse engrandecidas o silenciadas en relación al pasado. La conciencia y el sentimiento de pertenencia de un grupo determinado depende fundamentalmente de la endoculturación y del aprendizaje social. Así la existencia de una etnia, por ejemplo, como ha expresado P. Gómez García, depende de la subjetividad social de sus miembros y de la de sus vecinos.¹³⁵ Según el investigador, el hecho de que los miembros de un grupo dado se crean diferentes, los hace diferentes aunque no lo sean. No obstante, los marcadores o señas que hacen al grupo identificarse como tal no son generalizables ni abarcan la totalidad. Son más bien caracteres pintorescos, ideológicos, simbólicos, imaginarios o emblemáticos.¹³⁶ Pero ¿cómo se configuran estas señas o marcas identificativas que dicen ser la verdadera esencia?

¹³⁴ No existe otro modo de construir el pasado o lo innato, sólo a la luz de lo histórico –que es lo único de lo que tenemos noticia– podemos inferir las matrices estructurales.

¹³⁵ P. Gómez García (2001) “Las desilusiones de la identidad. La etnia como pseudoconcepto” en *op. cit.*, p. 31.

¹³⁶ P. Gómez García (2001) “art. cit.”, p. 50.

5.4.2. Tradición y aprendizaje social

Al referirse al poder de la tradición, Maurizio Bettini hace referencia a las 'raíces' como imagen recurrente, metáfora que hace alusión a la idea de grupo o *nosotros* y que se encuentra presente en muchos de los discursos de hoy en día. El poder de la tradición entendida como raíz radica ciertamente en su naturalidad: "La relación de determinación entre tradición e identidad asume de este modo la apariencia de una fuerza que brota directamente de la naturaleza orgánica".¹³⁷ La asunción metafórica del lugar de origen y residencia como algo inmutable, como una supuesta cualidad innata que no debe transgredirse es, normalmente, una de las razones de algunos conflictos. Desde esta perspectiva, la tradición es propuesta como el origen o arraigo natural del *nosotros* y se vincula a la imagen de la tierra como madre protectora del grupo a la que esta pertenece ya que, como dice el antropólogo, algunos se consideran los únicos hijos auténticos, "superiores a los que se limitan a vivir en ella tras haber llegado de fuera".¹³⁸ Como es bien sabido, el miedo hacia posibles contaminaciones externas se halla en la base de muchos de los enfrentamientos actuales. No obstante, el alzamiento de muros, fronteras y barreras de separación físicas o imaginarias no siempre responde a diferencias o necesidades reales, sino más bien a cogniciones simbólicas creadas o inventadas. Esta suerte de 'geografías imaginarias', como diría Edward Said, marcan la distinción entre el ellos y el nosotros. Hablamos pues, de una geografía trazada en los mapas del imaginario, terreno también de preferencia de Cornelius Castoriadis, como bien subraya aquí: "Llamo imaginarias a estas significaciones porque no corresponden a elementos 'rationales' o 'reales' y no quedan agotadas por referencia a dichos elementos, sino que están dadas por creación".¹³⁹ En este sentido, es interesante señalar el énfasis prestado al espacio por la tradición antropológica. Si se ha vinculado la cuestión de la alteridad a la del espacio es

¹³⁷ M. Bettini (2001) "art. cit.", p. 84.

¹³⁸ M. Bettini (2001) "art. cit.", p. 86. También Hobsbawm se ha referido a la búsqueda de naturalidad como la forma propia de afirmación de la nación. Cf. E. Hobsbawm (2002) "La fabricación en serie de tradiciones: Europa, 1870-1914" en E. Hobsbawm y T. Ranger (eds.) *op. cit.*, p. 19.

¹³⁹ C. Castoriadis (1988) *op. cit.*, p. 68.

porque los procesos de simbolización puestos en práctica por los grupos sociales habían de comprenderlo y dominarlo para comprenderse y dominarse ellos mismos. Los *otros* son en cuanto que habitan, ocupan, se visibilizan como presencia física que les otorga la consistencia suficiente para ser cuestionados.

Pero lo cierto es que, como ha subrayado Maurizio Bettini, “la tradición no es algo que procede de la tierra, algo que se come o se respira, sino ante todo algo que *se aprende*”.¹⁴⁰ Por lo tanto deriva más bien del aprendizaje social o de la aculturación y, sobre todo, de la construcción de la memoria. En este sentido, como pone de manifiesto el investigador italiano, es posible entender la tradición de otra manera: todo depende de los procesos de reconstrucción de la memoria colectiva. En definitiva, si bien es claro que existen costumbres propias, lenguas o rituales compartidos, lo cierto es que dar una definición explícita de la propia tradición, en cuanto tal, parece tarea imposible. Ésta no es unidimensional ni estática, por el contrario, es una fuente creadora que opera mediante imágenes, que puede ser tanto enriquecedora como dañina. No olvidemos que las imágenes, como dice Bettini, “no son objetos neutros, antes bien, con mucha frecuencia tienen el poder de condicionar fuertemente nuestra percepción de la realidad. La metáfora no es sólo un adorno, sino también un poderoso instrumento de conocimiento”.¹⁴¹ Por ello, lo que más nos interesa y preocupa, a un tiempo, es el modo en que la tradición es vehiculada en forma de relatos tradicionales por los medios de comunicación, como veremos en el siguiente apartado.

5.4.3. La configuración mediática de la tradición

La primera cuestión que habrá que plantearse a este respecto es si la tradición inspira los relatos mediáticos o si, por el contrario, son estos los que terminan creando o transformando parte de las tradiciones. Desde nuestra perspectiva, es necesario resolver esta duda inicial en clave dialéctica, como veremos. Si bien la repetición de esquemas simbólicos en los relatos

¹⁴⁰ M. Bettini (2001) “art. cit.”, p. 88.

¹⁴¹ M. Bettini (2001) “art. cit.”, p. 81.

mediáticos puede dar forma a las convenciones y configurar, en gran medida, las tradiciones compartidas; no deberíamos olvidar que estos relatos, al mismo tiempo, guardan una intensa relación con la tradición cultural precedente. Como ha expresado Albert Chillón:

“Cada nueva representación mental –sea rememorativa o proyectiva, discursiva o narrativa– es obra rigurosa de la imaginación, facultad generadora y formadora que sintetiza nuevos conocimientos, sean de la índole que sean, partiendo de los arquetipos que la constituyen y del acervo intersubjetivo heredado *por tradición*”.¹⁴²

Y es que no podemos obviar la influencia que la tradición, como herencia o fuente de inspiración, tiene en la configuración de los contenidos mediáticos. En todo caso, no se debe disociar el fenómeno en cuestión: ni la tradición configura los relatos mediáticos exclusivamente, ni los relatos en sí conciben la tradición únicamente. Lo que sí es claro es que la imaginación elabora sus figuraciones partiendo de dos sustratos: uno psíquico y uno social, dando lugar al imaginario colectivo, cuyos sedimentos se pueden hallar en la tradición y la memoria cultural.

5.4.3.1. El paradigma de la repetición

Una de las cuestiones más interesantes que habría que explorar es cómo los medios de comunicación configuran la tradición. A la luz de los planteamientos del estructuralismo antropológico y la tematología, numerosos investigadores han analizado la manera en que algunos mitos – como temas estructurales– son transmitidos y reactualizados en cada cultura o momento histórico –como articulaciones contextuales–. A pesar de que las diversas articulaciones mediáticas puedan parecer diferentes, en su fondo temático podemos hallar un ritmo común o una constante indispensable que evidencia el carácter tautológico de la conciencia humana.¹⁴³ De hecho, aunque existan diversos relatos mediáticos –articulaciones propias de cada cultura o momento histórico–, podemos hallar imágenes, símbolos y mitos

¹⁴² A. Chillón (2000) “art. cit.”, pp. 136-137.

¹⁴³ W. Dupré (1975) *Religion in Primitive Cultures*. La Haya/ París: Mouton, p. 308.

recurrentes, temas, motivaciones o proyecciones estructurales, que determinan un *a priori* configurador, como veremos.

Sin duda, uno de los que mejor ha estudiado el paradigma de la repetición ha sido George Steiner, que explora la presencia del mito de Antígona a través del tiempo y sus diversas rearticulaciones históricas. En sus palabras, “el tema de Antígona pasa desde el renacimiento a la *Euphrosyne* de Goethe y de Goethe a Hofmannsthal y a Yeats”.¹⁴⁴ Pero además, “narrativas de ‘Antígona’ se están produciendo en este mismo momento”,¹⁴⁵ expresa a continuación. De hecho, si indagásemos un poco, no tardaríamos en descubrir la presencia del mito en numerosas piezas mediáticas actuales. No es de extrañar, por tanto, que numerosos investigadores hayan puesto de manifiesto esta dinámica basada en la repetición,¹⁴⁶ ya que la presencia de numerosos mitos o motivos recurrentes en los relatos mediáticos es una constante, como es bien sabido. Esta asunción debe mucho a la teoría del cultivo, sobre la que volveremos en el capítulo VI. La propuesta de George Gerbner, su precursor, se basa en que las narrativas televisivas, sobre todo, se caracterizan por ser sistemas de historias consistentes y repetitivos que cultivan maneras de ver y comprender el mundo.¹⁴⁷ No olvidemos que una de las consecuencias más evidentes de este paradigma es que los receptores desarrollan un intenso sentimiento de conexión o familiaridad con los personajes mediáticos que aparecen repetidamente o continuamente en el tiempo.¹⁴⁸

Desde la mitocrítica fílmica, especialmente, se ha puesto en evidencia que la cultura mediática proporciona una serie de tramas, personajes y géneros arquetípicos que reproducen réplicas de la antigua mitología, por ejemplo.¹⁴⁹ Pero como ya hemos expresado, aunque podamos hallar “una

¹⁴⁴ G. Steiner (1987) *Antígonas*. Barcelona: Gedisa, p. 91.

¹⁴⁵ *Ibíd.*

¹⁴⁶ Cf. X. Pérez y J. Balló (2003) *op. cit.*; y P. Handke (2000) *Fantasías de la repetición*. Santa Cruz de Tenerife: Prames.

¹⁴⁷ Cf. G. Gerbner *et al.* (1980) “art. cit.”.

¹⁴⁸ M. C. Green *et al.* (2004) “Understanding Media Enjoyment.” *Communication Theory*, 14(4), p. 319.

¹⁴⁹ Especialmente significativos nos parecen los siguientes: X. Pérez y N. Bou (2000) *El tiempo del héroe*. Barcelona: Paidós; R. Gubern (2002) *Máscaras de la ficción*. Barcelona:

verdadera cascada de versiones”, si tomamos prestada la expresión de Roman Gubern, las constantes se repiten.¹⁵⁰ Así los argumentos son fruto de un legado anterior, una tradición, pero a su vez son recontextualizados y generan algo nuevo, nuevas versiones o tradiciones. Aquí podemos encontrar de forma explícita la coimplicación entre el eje de la continuidad y cambio propuesto por Lluís Duch, que ya mencionábamos líneas atrás. Un tema estructural o mito fundacional podría ser el de Prometeo o la creación ideal, por ejemplo. Pero la creación artificial no es un tema propio o exclusivo de la Grecia clásica. También podemos hallar sus huellas en los autómatas del Renacimiento o el ancestral mito judío de El Golem, monstruo que se hace de barro. La articulación moderna podría ser, sin duda, el famoso Frankenstein que representa la creación dentro de la creación. Como ya hemos expresado, las figuraciones mediáticas tienen una naturaleza mítico-simbólica de carácter arquetípico, típico y estereotípico, que se rige por la dinámica de la repetición, es decir, por la trasmisión de imágenes, metáforas o mitos recurrentes. Estas narraciones proporcionan valores semánticos y simbólicos a los miembros de una cultura dada y desempeñan un papel crucial en las vidas de los individuos y las comunidades, como veremos más adelante.¹⁵¹ Es innegable que los medios de comunicación tienen un rol fundamental en la trasmisión de las figuraciones imaginarias y sus fuentes primarias, la memoria y la tradición.

El proceso de configuración mediática de la tradición es de carácter ambivalente y debe transitar entre la construcción y la destrucción, es decir, entre la transformación y la permanencia. Para que la tradición sea verdadera creación tiene que continuar presente en forma de cambio. Es decir, hacer presente lo ausente mediante las representaciones simbólicas articuladas contextualmente. Los relatos mediáticos, por tanto, construyen representaciones del pasado, hacen presente lo ausente, o lo que es lo mismo,

Anagrama; X. Pérez y J. Balló (2005) *op. cit.*; y (1997) *La llavor immortal*. Barcelona: Empuries.

¹⁵⁰ Nos referimos a la cultura occidental. Es evidente que cada cultura tiene sus propios imaginarios.

¹⁵¹ Los que quizás han estudiado primero y mejor las funciones de lo mitológico en la conciencia humana y en las instituciones han sido James Frazer, Sigmund Freud y Ernst Cassirer.

configuran el presente del pasado, si utilizamos la expresión de Agustín. Pero un estudio sobre la tradición no puede perder de vista el modo en que se transmite culturalmente el pasado y en la manera en que esa nueva presencia es articulada y después recibida. Como ha expresado Emilio Lledó: “Tradición es entrega, y el acto de entrega tiene sentido para aquella mano que recibe y que hace algo con lo entregado”.¹⁵² Por ello, para nosotros es tan relevante estudiar cómo la tradición y la memoria cultural, en tanto fundamentos básicos del ‘imaginario colectivo’ influyen en los procesos de identificación que realizan los individuos y los grupos, como trataremos a continuación.

5.5. LA INCIDENCIA DE LOS IMAGINARIOS MEDIÁTICOS EN LAS IDENTIFICACIONES SUBJETIVAS

A la luz de los ideas propuestas podemos afirmar que los imaginarios simbólicos que vehiculan los medios de comunicación poseen una incidencia crucial en que los sujetos imaginan, piensan y sienten. De hecho, si analizásemos los elementos de un imaginario (tiempo, espacio, personajes o acción, por citar unos pocos) podríamos descubrir aspectos, ideas o valores compartidos por un grupo. Aunque la influencia de los imaginarios sobre las personas sea indirecta y en muchas ocasiones implícita, es claro que “los discursos mediáticos proponen lecturas de la realidad que pueden orientar, influir, modificar o normativizar los comportamientos de la audiencia”.¹⁵³ Dicho de otro modo, los medios crean visiones del mundo que las personas decodifican, reinterpretan y refiguran en la vida cotidiana de manera activa. Tal y como ha subrayado Wunenburger:

“El imaginario de un individuo es, por ejemplo, inseparable de los grandes símbolos y mitos políticos que modelan sus representaciones del territorio nacional, de las instituciones del poder, de las transformaciones sociales, etc. La articulación de estos

¹⁵² E. Lledó (1992) *op. cit.*, p. 168.

¹⁵³ M. I. Menéndez (2006) *Discursos de ficción y construcción de la identidad de género en televisión*. Palma de Mallorca: UIB, p. 20.

dos niveles de imaginario ilustra, entonces, una dialéctica entre imaginario compartido e imaginario privado”.¹⁵⁴

Los relatos mediáticos instalan el imaginario en el dominio público y colectivo y éste es reapropiado por las diferentes audiencias a las que va dirigido. Desde nuestra perspectiva, existe un dominio de la imaginación simbólica como principio configurador de todo pensamiento y de toda historia. Como es bien sabido la cultura mediática provee a los miembros de una comunidad –sea ésta global o local– de un amplio catálogo de imágenes recurrentes, como ya hemos anunciado. Estas imágenes pueden funcionar como *internalized objects*, como algunos psicólogos las llaman, y convertirse en parte de la subjetividad e influir en el comportamiento y la experiencia de los adultos.¹⁵⁵ Sin duda, muchas actitudes sociales y formas de pensar derivan del acervo de conocimiento a mano colectivo. No cabe duda de que un grupo social comparte símbolos, conductas, expectativas, categorías, ideas e ideologías, rituales, normas, memorias y códigos lingüísticos que lo diferencian de los demás, en definitiva, formas de pensamiento, comportamiento y emoción colectiva propias. Bien sea cerrado e inmóvil (sectas, conventos o cárceles); o abierto y dinámico (empresas, hospitales, peñas o clubes),¹⁵⁶ el grupo siempre compartirá estas marcas distintivas que le permitirán conformar experiencias de identificación únicas. Pero no sólo basta con compartir estos elementos dentro del grupo, también es necesario exteriorizarlos, es decir, representarlos y mostrarlos frente a los *otros*. La forma de ser propia del grupo necesita ser escenificada y para ello precisa de metalenguajes. De hecho, la puesta en discurso es la única manera de proyectar y presentar en la vida cotidiana los valores compartidos. Por eso, no podemos ignorar que los relatos e imágenes que circulan en la televisión y la publicidad, sobre todo, pero también en el cine e Internet, se han convertido en los instrumentos clave de creación de imaginarios sociales o universos simbólicos compartidos.

¹⁵⁴ J.-J. Wunenburger (2008) *op. cit.*, p. 38.

¹⁵⁵ D. P. McAdams (1993) *op. cit.*, p. 61.

¹⁵⁶ Cf. A. Aguirre Baztán (1997) *op. cit.*

Sólo hay que considerar que muchos de los actos pensados o sentidos podrían tener alguna relación previa con la realidad simbólica y las imágenes propuestas en la pantalla. Los imaginarios sociales vehiculados por los medios de comunicación, que nosotros llamaremos ‘imaginarios mediáticos’, tienen tanto poder sobre los grupos por la sencilla razón de que son configurados a través de proyecciones exteriores referidas tanto al nosotros especular como al otro.¹⁵⁷ Ahora bien, el horizonte propuesto por los imaginarios mediáticos es limitado y sus figuraciones devienen de matrices mitopoéticas, como veremos en el siguiente apartado.

5.5.1. El proceso de figuración mediática

Si admitimos la sustancia de lo hasta ahora expuesto, hemos de afirmar que las narrativas mediáticas representan y recrean los imaginarios colectivos de los que venimos hablando. Por una parte, reflejan todas las escenas de la vida cotidiana y, por otra, producen figuras y modelos de gran influencia para los sujetos y los grupos. A nuestro juicio, los relatos que circulan en los medios de comunicación se nutren y fundan gracias a una serie de figuraciones o estructuras antropológicas de tenor arquetípico, típico y estereotípico, como describiremos a continuación.

De hecho, parece preciso señalar que los arquetipos mediáticos son imágenes fundamentales que se encuentran en la base de todo tipo de relatos y géneros mediáticos –desde la noticia a la más pura ciencia ficción–. Estas imágenes recurrentes dan “expresión simbólica a los deseos, temores y tensiones inconscientes que están por debajo de los patrones conscientes de la conducta humana”,¹⁵⁸ como ha expresado Joseph Campbell. Así, estas fórmulas esquemáticas constituyen la fuente de inspiración principal de los imaginarios colectivos. A nuestro juicio, los contenidos arquetípicos simbolizan modelos originarios y primarios y tienen un carácter redundante ya que aparecen en todas las culturas. No obstante, en este contexto, nos distanciamos de la propuesta jungiana, que ya anunciamos, según la cual los

¹⁵⁷ A. Aguirre Baztán (1997) *op. cit.*

¹⁵⁸ J. Campbell (1959) *El héroe de las mil caras*. México: FCE, p. 233.

arquetipos no tienen por qué ser estar influidos por el exterior. Si bien consideramos que los arquetipos son formas dinámicas que superan las concreciones individuales, biográficas y regionales, como diría Jung, no estamos de acuerdo en que puedan abstraerse del sedimento social. La propuesta del psicólogo nos parece un tanto esencialista ya que parece rechazar la necesaria contextualización de toda articulación arquetípica. A nuestro juicio, para que estas imágenes o motivos generadores tengan poder de crear o inspirar relatos propios es necesario que mantengan un vínculo con el contexto y la cultura en las que se producen. Así visto, estas imágenes primordiales se configuran gracias a las sensaciones y percepciones derivadas de la experiencia sensible y se convierten en una fuente de inspiración y fabulación necesaria en relación dialéctica con el exterior. Por ello, nosotros preferimos, sin duda, adaptar los arquetipos en un sentido más culturalista que psicológico, como hicieron los autores posjungianos,¹⁵⁹ por ejemplo. Estas matrices configuradoras aparecerían aquí, por tanto, como uno de los nutrientes esenciales de la tradición y la memoria cultural, sedimento necesario de los imaginarios colectivos. En definitiva, nos parece más razonable asumir, por tanto, que los arquetipos que circulan en los medios de comunicación son imágenes fundamentales de gran poder que constituyen el acervo del conocimiento a mano o el universo simbólico compartido. Como bien ha subrayado Albert Chillón:

“Todas las obras que identificamos como productos de la cultura humana, es decir, como figuraciones cuya fisonomía concreta es fruto del cultivo y la aleación de influencias múltiples –sueños, fantasías, mitos y ritos, narraciones de diversa especie, representaciones icónicas y cinemáticas, etcétera–, han ido siendo *configuradas* partiendo en último y casi siempre invisible extremo, de matrices arquetípicas”.¹⁶⁰

No obstante, si los arquetipos aparecen en todos los campos de la cultura mediática y configuran los imaginarios colectivos habría que preguntarse de qué modo son presentados en la cultura mediática. Tal y

¹⁵⁹ Nos referimos a James Hillman, Gaston Bachelard, Henri Corbin, Joseph Campbell, Rollo May o Gilbert Durand, entre otros.

¹⁶⁰ A. Chillón (2000) “art. cit.”, p. 150.

como ha expresado Chillón, cuando las imágenes primordiales son relevantes para una cultura dada se convierten en *temas, motivos, loci y figuras*,¹⁶¹ es decir, en figuraciones recurrentes. Asimismo, de las figuraciones primordiales se derivan dos configuraciones narrativas esenciales: los *argumentos* y los *personajes* que son la expresión más clara de los temas recurrentes, materia prima y motor de la acción de los diversos relatos que circulan en los medios de comunicación, como ya desarrollamos en el capítulo IV. De hecho, cuando un personaje mediático representa un arquetipo cultural vive según unas pautas determinadas, asume temperamentos o roles y modela su conducta desde una regulación simbólica concreta y, sobre todo, proyecta un modo de ser determinado. Como ha expresado Tania Modleski en *Loving with a Vengeance*, las descripciones de las villanas arquetípicas de las series de TV norteamericanas, por citar un estudio paradigmático, transforman la debilidad tradicional femenina en su fuerza, y así suministran potencialmente un objeto de identificación ambivalente y una salida para la ira femenina.¹⁶²

En este sentido, nos parece necesario afirmar que los contenidos arquetípicos dejan una huella en el individuo, forman, en parte, sus emociones y su panorama ético y mental, influyen en sus relaciones con los demás y, de este modo, afectan a su manera de construirse como sujetos. Tampoco podemos olvidar que el discurso acerca de las dinámicas identitarias no suele interesarse por las diferencias enriquecedoras y se construye gracias a tópicos y argumentos de carácter estereotípico, es decir, que operan por reducción. El estereotipo identitario se manufactura en tres etapas, como diría Stuart Hall: en primer lugar, “reduce, esencializa, naturaliza y fija la diferencia”; en segundo, “divide, excluye y expulsa” al portador de la diferencia; y en tercero, “mantiene el orden social y simbólico”, según las correlaciones y los desequilibrios de poder.¹⁶³ Como es bien sabido, los medios proponen una serie de imágenes o esquemas acerca

¹⁶¹ A. Chillón (2000) “art. cit.”, p. 154.

¹⁶² T. Modleski, citado en J. Curran *et al.* (comps.) (1998) *op. cit.*, p. 213.

¹⁶³ S. Hall (ed.) (1997) *Representation*. Londres: Sage, pp. 257-258.

de la identidad, que serán reinterpretados y refigurados por los diferentes destinatarios a la luz de su propia experiencia y contexto.

5.5.2. El proceso de refiguración subjetiva

Más ¿de qué modo los imaginarios vehiculados por los medios llegan a convertirse en parte de la subjetividad? ¿Y cómo influyen en el comportamiento y la experiencia de las personas y los grupos? Es claro que los discursos mediáticos pueden condicionar las formas de pensamiento, pero de qué manera y hasta qué punto. El proceso de refiguración subjetiva no es fácil de describir ya que es de gran complejidad y en él se encuentran implicadas todas las estructuras de acogida. El acervo de conocimiento del mundo albergado en la memoria se construye gracias a los contenidos mediáticos, pero también a un aprendizaje previo. Una de las vías posibles para comprender cómo los imaginarios influyen en los procesos de identificación es la psicoanalítica, en la línea de Jacques Lacan o Didier Anzieu, para quienes la unidad yoica se encuentra vinculada necesariamente a una ilusión grupal. Recordemos que como ha remarcado el segundo: “Se puede admitir primero que, en toda situación de grupo (grande o pequeño, de trabajo o de placer, de cultura o de vida económica), existe una *representación imaginaria subyacente*”¹⁶⁴ o, lo que es lo mismo, una cierta unidad o comunidad con el grupo. Una manera de acercarnos a esta representación o ilusión grupal es observando su puesta en escena: su manera de hacerse explícita mediante el discurso mediático. Otra opción válida podría ser la perspectiva histórica, que necesariamente habría de transitar entre la construcción del pasado histórico (tradición y memoria cultural) y la reactualización de lo que debió ser (imaginario social, leyendas y mitos que circulan en los medios de comunicación). Ahora bien, el enfoque que puede aportar más luz a este proceso es, para nosotros, el de la antropología cognitiva.¹⁶⁵ Concretamente nos estamos refiriendo al estudio

¹⁶⁴ D. Anzieu (1986) *El grupo y el inconsciente*. Madrid: Biblioteca Nueva, p. 68.

¹⁶⁵ Cf. C. Reynoso (1986) *Teoría, historia y crítica de la antropología cognitiva*. Buenos Aires: Búsqueda.

de los esquemas sociales o temas recurrentes, que contienen información sobre las que las personas basan sus proyecciones.

A este respecto, los relatos mediáticos proponen ‘temas de roles’, si utilizamos la terminología de Shank y Abelson, que ofrecen elementos comprensivos sobre las metas y expectativas propias de un rol concreto, (“la meta del escritor es tener éxito”, por ejemplo); ‘temas interpersonales’, sobre aspectos referidos a relaciones afectivas (“cómo comportarse o qué hacer tras una ruptura amorosa”); y ‘temas vitales’ que describen una meta general o la posición o proyecto vital deseado (“preceptos para ser rico, famoso o guapo”). Todos estos modelos propuestos por los medios de comunicación influyen, en gran medida, en la comprensión global de los propósitos personales y en la conducta colectiva.¹⁶⁶

Asimismo, los estudios sobre perspectivas, opiniones, actitudes motivaciones y proyecciones también pueden aportar un material complementario interesante acerca de la influencia de los imaginarios mediáticos en el proceso de identificación subjetiva. En el capítulo VII hemos profundizado en el modo en la comunicología aborda este proceso. Pero antes de adentrarnos en estas cuestiones, haremos una última y breve parada para terminar de fundamentar el terreno que nos ocupa.

5.6. RECAPITULACIÓN

A lo largo de los cuatro capítulos anteriores de esta tesis hemos intentado poner de manifiesto que nuestro objeto de estudio es poliédrico y que, por ello, precisa ser abordado desde una perspectiva transdisciplinar. Al término de esta breve aproximación a los imaginarios colectivos, la configuración de la memoria y la tradición, quizás habrá quedado más claro el punto de encuentro entre la comunicación mediática y las identificaciones. Resulta muy evidente que los imaginarios mediáticos proponen imágenes y relatos pero al mismo tiempo pertenecen a la esfera de los afectos, los sentimientos y las emociones compartidas. Por este motivo, consideramos que se

¹⁶⁶ M. de Vega (1984) *Introducción a la psicología cognitiva*. Madrid: Alianza, p. 399.

encuentran estrechamente relacionados con las percepciones y las interpretaciones que los sujetos realizan en la vida cotidiana. Pero al mismo tiempo, estos imaginarios se nutren de las experiencias de los sujetos y los grupos. De modo que podemos hallar una coimplicación entre la configuración y la refiguración de los mismos.

Con las expresiones 'configuración' y 'refiguración' hemos intentado expresar dos formas de construcción de significado, teóricamente contrapuestas que, a nuestro juicio, mantienen una relación dialéctica. De esta manera intentamos hacer hincapié en algo que puede parecer evidente pero que, para nosotros, es importante. A saber, que el ser humano figura lo real gracias a los imaginarios mediáticos y que los imaginarios mediáticos se configuran, a su vez, gracias a las historias y las vivencias de los sujetos y los grupos. Del mismo modo, la memoria de los individuos y los grupos se configura de manera dialéctica. Valga añadir que la memoria colectiva, como ya hemos anunciado, es aquí propuesta como un fenómeno psicológico, social, comunicativo y cultural, cuya función principal es transmitir esquemas comprensivos de referencia grupal fundamentales en los procesos de identificación. Según nuestra opinión, la tradición también es crucial en estos procesos puesto que proporciona los horizontes de sentido o referentes necesarios para poder comprender el presente.

Capítulo VI

Los medios y la construcción de la realidad cotidiana

6.1. INTRODUCCIÓN

Las consideraciones que haremos en este capítulo tienen el objetivo de poner de relieve el papel crucial que desempeñan los medios de comunicación en la construcción de las realidades y creencias compartidas. Para ello, nos limitaremos a manifestar que la realidad mediática es fundamental en los procesos de configuración de las identificaciones individuales y colectivas. Esta acotación del tema nos permite dejar a un lado una gran cantidad de dificultades ideológicas o metafísicas que nos alejaría de nuestro objeto de estudio. Ahora bien, no podríamos continuar nuestra argumentación con un mínimo de coherencia sin describir antes nuestra posición epistemológica respecto a la noción de realidad cotidiana. Por este motivo plantearemos, previamente, algunas reflexiones acerca del carácter psicológico, social y narrativo de ésta. Creemos que, a partir de esta exposición, quedará aún más clara la relación dialéctica entre la comunicación mediática y los procesos de identificación.

Para comenzar, describiremos, sucintamente, aquellas teorías que nos resultan más relevantes para abordar nuestro objeto de estudio. Luego

analizaremos la relación existente entre la realidad cotidiana y su representación o construcción mediática. Además, dedicaremos especial atención a la percepción de la realidad mediática, el papel de la verosimilitud en el intercambio comunicativo y el encuentro o fusión de horizontes que se da en la experiencia mediática. De esta manera, podremos dar el último paso hasta llegar al destino final de nuestro proyecto: el estudio del condicionamiento de las narrativas mediáticas sobre los procesos de identificación.

6.2. MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y REALIDAD

Como ya hemos estudiado en capítulos anteriores, los medios de comunicación son instituciones socializadoras que facilitan la comprensión del entorno, y permiten a los individuos y a los grupos contextualizarse. Asimismo, vehiculan narrativas identitarias, crean imaginarios mediáticos, y condicionan la memoria y la tradición cultural y comunicativa compartida por los miembros de una comunidad. Pero, además, los medios contribuyen a conformar y configurar la realidad cotidiana de los individuos y los grupos, ya que tienen una poderosa influencia en la definición y representación de los sistemas simbólicos, cognitivos y afectivos a través de los cuales se configura la misma. Para nosotros, la realidad cotidiana –la del quehacer humano, como la ha llamado Jerome Bruner– más que ser una entidad que pertenece al mundo físico o natural, como podría pensarse, es una construcción simbólica, social y psicológica de carácter comunicativo, esencial para comprender los procesos de identificación que nos ocupan. Decimos que es una construcción simbólica ya que, tal y como hemos sugerido en el primer capítulo, el ser humano comprende y construye su mundo mediante símbolos. Y gracias a estos puede dar existencia a la realidad compartida. Valga anunciar también que esta realidad es una experiencia mediada y está estructurada en parte de manera social, discursiva y narrativa, como veremos. Y los medios, según nuestro parecer, más que reflejarla –como si de espejos se tratasen– la

producen y construyen en cuanto tal.¹ Ahora bien, el aspecto que resulta más interesante para esclarecer nuestro objeto de estudio es la repercusión que dichas representaciones simbólicas mediáticas tienen en la percepción subjetiva de la realidad cotidiana, como exploraremos a lo largo del presente capítulo. La pregunta que guiará nuestra exploración será por tanto: ¿Cómo influyen los contenidos mediáticos en las percepciones subjetivas de la realidad? Antes de nada, veremos algunos de los antecedentes de estos presupuestos básicos, fundamentales para comprender el alcance de las narraciones mediáticas. Los aportes de la fenomenología Schütziana y la propuesta de dos de sus discípulos, Peter L. Berger y Thomas Luckmann, son clave para entender el fenómeno en cuestión. No obstante, desde nuestra perspectiva, su enfoque puede ser ampliado y completado para abordar nuestro objeto, tal y como trataremos de hacer en el siguiente apartado.

6.2.1. Las realidades múltiples: una diversidad de órdenes

Una de las dificultades que ha planteado a menudo el estudio de la realidad es que puede ser estratificada. Numerosos investigadores no han dudado en clasificarla por su carácter objetivo o subjetivo, exterior o interior, natural o construido, por citar algunas categorías posibles.² Desde luego, si algo es bien claro es que realidad no hay solo una. En todo caso puede que existan realidades múltiples, como diría Alfred Schütz siguiendo las huellas de William James. Ya en sus *Principios de psicología*, el psicólogo consideró que existen varios órdenes o “subuniversos” de realidad con su propio estilo y existencia. Ahora bien, Schütz prefiere denominar a estos diversos estratos

¹ Umberto Eco considera que la televisión es un aparato para la producción de los hechos y niega la popular afirmación según la cual los medios son espejos de la realidad. Cf. U. Eco (1986) *La estrategia de la ilusión*. Barcelona: Lumen. Anthony Giddens también niega que los medios reflejen la realidad y afirma que, en cierta medida, la configuran. A. Giddens (1995) *op. cit.*, p. 42.

² Un buen ejemplo de ello, es la propuesta de E. Berne, que distingue entre tres niveles ontológicos o realidades posibles: la *realidad externa objetiva*, aquella que sucede y acontece independientemente de la conciencia de la persona social y que puede ser conocida pero no modificada; la *realidad externa social*, conjunto de relaciones sociales y elementos constituyentes (valores, normas, usos, costumbres, posiciones sociales o papeles) que una persona utiliza dentro de distintos grupos sociales en los que participa; y la *realidad interna subjetiva*, aquella a la que únicamente tiene acceso privilegiado la misma persona y que tiene relación con la autopercepción que la persona tiene de sí. E. Berne (1991) *op. cit.*, pp. 20-22.

de realidad “ámbitos finitos de sentido”, ya que para él lo que constituye la realidad no es la existencia ontológica de los objetos, propiamente, sino el sentido de nuestras experiencias,³ es decir, de nuestras acciones, actos y vivencias. De esta manera, la vivencia subjetiva, como iremos viendo, es crucial para entender la configuración de la realidad individual y colectiva. No olvidemos que el padre de la fenomenología, Edmund Husserl, ya consideró que la *erlebnis* o vivencia es imposible de captar de manera absoluta porque fluye sin cesar; del mismo modo que lo hace la realidad cotidiana. A este respecto, Schütz hace alusión al “mundo del ejecutar cotidiano” o “mundo al alcance” para describir aquel estrato que el individuo experimenta como “núcleo de su realidad”.⁴ Este mundo de la realidad primordial o *paramount reality*, como él lo denomina, es el mundo exterior, el de las cosas físicas o de la acción. Y es articulado en relación a dos potencialidades u horizontes de significación: el de la recuperación, que él llama “mundo del alcance recuperable”, ya que nos permite volver al pasado y actuar de un modo dado en el presente; y el mundo de la proyección o “mundo al alcance asequible”, que nos permite anticipar actos, imaginar o idealizar lo que está por ocurrir.⁵ Pero insertarse o existir en este mundo del ejecutar cotidiano implica, necesariamente, comunicarse en él con otros, de manera intersubjetiva, como ya hemos anunciado en capítulos anteriores. En palabras de Schütz:

“Comparto este mundo y sus objetos con Otros; tengo fines y medios en común con Otros; actúo con ellos en múltiples actos y relaciones sociales, controlando a los Otros y siendo controlado por ellos. Y el mundo del ejecutar es la realidad dentro de la cual se hacen efectivas la comunicación y el juego de las motivaciones mutuas”.⁶

Este será, años más tarde, el eje de la propuesta de Peter L. Berger y Thomas Luckmann, para quienes el mundo de la vida cotidiana es real en

³ A. Schütz (2003) *op. cit.*, p. 215.

⁴ A. Schütz (2003) *op. cit.*, p. 210.

⁵ A. Schütz (2003) *op. cit.*, p. 211. Sus discípulos Peter L. Berger y Thomas Luckmann también parten de esta premisa al referirse al universo simbólico, noción que vincula a los hombres con sus antecesores y sus sucesores, como ya vimos en el primer capítulo. Así la existencia individual es trascendida por la pertenencia a un universo significativo común.

⁶ A. Schütz (2003) *op. cit.*, p. 213.

tanto se construye socialmente, es decir, en tanto es originado en los pensamientos y acciones de los miembros de la sociedad y está sustentado como real por estos.⁷ Los investigadores realizan una distinción entre dos órdenes: la realidad social objetiva (el mundo real) y la subjetiva (imagen que las personas tienen de éste). Según ellos, para poder vivir y actuar en el mundo, cada persona tiene que internalizar e interpretar la realidad objetiva que es construida socialmente, ya que sólo adquiere sentido en cuanto es compartida intersubjetivamente. Sin embargo, no podemos olvidar que esta realidad cotidiana se organiza desde el aquí y el ahora concretos por una subjetividad en acto y, además, se halla arraigada en un cuerpo, en un sentido fenomenológico. De modo que la vivencia de la realidad es también para nosotros eminentemente subjetiva.

De hecho, como ha expresado Jan van den Bulck, la distinción entre realidad objetiva y subjetiva sólo puede realizarse a un nivel teórico, ya que los individuos no realizan este tipo de distinciones.⁸ Quizás una de las preguntas clave que habríamos de plantearnos es precisamente: ¿Cómo los sujetos aprehenden o perciben esta realidad objetiva? Tal y como sugieren los discípulos de Schütz, los esquemas tipificadores son clave para comprender la manera en que la realidad es producida y la significación es el único modo de objetivar la subjetividad humana, como ya vimos. No olvidemos que los sujetos están continuamente rodeados de objetos y artefactos que proclaman las intenciones subjetivas. Y el lenguaje es capaz de hacer presente aquello que se halla ausente, como ya describimos en el capítulo III. Berger y Luckmann proponen un proceso dialéctico continuo entre lo individual y lo social, lo objetivo y lo subjetivo. Éste es quizás, para nosotros, el elemento más interesante de *La construcción social de la realidad*, la coimplicación entre la facticidad social y la significación subjetiva.⁹ Para ellos, la biografía de un individuo no puede separarse del contexto en el que se ubica, ya que el universo subjetivo se construye gracias a una serie de

⁷ P. L. Berger y T. Luckmann (2008) *op. cit.*, p. 35.

⁸ J. Van den Bulck (1999) "Mediation: Toward a Media Theory of the Social Construction of Reality." *Communicatio*, 25(1), p. 4.

⁹ Véase la sociología comprensiva de Jules Monnerot (1946) *Les faits ne sont pas de choses*. París: Gallimard.

significados que están articulados objetivamente. La objetivación es aquí propuesta como un proceso mediante el cual las creaciones y expresiones humanas adquieren una existencia *dada* en el mundo social.¹⁰ No olvidemos que tal y como ha sugerido Albert Chillón:

“A diferencia de la objetividad óptica que cabe atribuir a las cosas y sucesos del orbe físico, genuinamente independientes de las acciones y designios del ser humano, la objetividad propia del mundo social posee un estatuto ontológico distinto, históricamente construido y derivado de ellos”.¹¹

Para John Searle, que ha estudiado a fondo esta cuestión en *La construcción de la realidad social*, la realidad socialmente construida presupone una no socialmente construida. A saber que existen dos realidades coimplicadas: la primera, que es independiente de los deseos, creencias y necesidades cognitivas del ser humano y que se encuentra formada por ‘hechos brutos’; y la segunda, dependiente del acuerdo humano y formada por ‘hechos institucionales’. Mientras que la realidad bruta pertenece al orbe físico y es ontológica y epistémicamente objetiva; la realidad institucional es ontológicamente subjetiva y epistémicamente objetiva.¹² Así planteado, podemos afirmar que las normas, los valores e, incluso, las emociones colectivas son producidas objetivamente por la sociedad y aprehendidas subjetivamente por los individuos y los grupos, que a su vez las convierten en objetivaciones que irán sedimentándose en forma de universos simbólicos, imaginarios o tradiciones compartidas. Los hechos sociales, como han sugerido Lluís Duch y Albert Chillón, son hechos *por, para y entre* personas.¹³

Gracias a este proceso dialéctico, el sujeto conoce cómo debe realizar una acción o, sencillamente, por qué las cosas son lo que son.¹⁴ Incluso se conoce a sí mismo y se ubica en tanto desempeña roles que le hacen ser lo que cree ser, como ya describimos en capítulos anteriores. Para que el sujeto

¹⁰ A. Chillón (2007) “art. cit.”, p. 39.

¹¹ A. Chillón (2007) “art. cit.”, p. 40.

¹² J. Searle (1997) *op. cit.*, p. 197.

¹³ L. Duch y A. Chillón (2012) *op. cit.*, p. 381.

¹⁴ P. L. Berger y T. Luckmann (2008) *op. cit.*, p. 120.

pueda llegar a comprenderse, necesariamente, tiene que aprehender la realidad significativa en la que se encuentra y relacionarse con otros.

No obstante, a la hora de aplicar el modelo propuesto por Berger y Luckmann al estudio de la comunicación mediática, hallamos algunas limitaciones teóricas. La primera de ellas –tal y como ha sugerido Van den Bulck– es que los autores subestiman la importancia de las mediaciones mediáticas en la construcción de la realidad social. La segunda es que, a pesar de realizar una distinción entre diversos órdenes de realidad, como hemos visto, no prestan suficiente atención al carácter interpretativo de la realidad subjetiva.¹⁵ De hecho, para ellos, toda identificación subjetiva se encuentra siempre ubicada dentro de un horizonte que implica un mundo social específico,¹⁶ que es el contexto en el cual los sujetos se insertan. Sin embargo, pertenecer a un mismo marco no implica, estrictamente, que la percepción de la realidad sea la misma,¹⁷ como veremos a continuación.

6.2.2. La construcción psicológica y narrativa de la realidad cotidiana

De hecho, el proceso de apropiación subjetiva de la realidad compartida evidencia –a nuestro juicio– la necesaria presencia de un sujeto que la experimenta y observa y, por tanto, la construye de manera psicológica. La presencia de este observador, como diría Humberto Maturana, pone de manifiesto que la realidad no es independiente de quien la mira, efectúa y siente, sino que su construcción se produce en una necesaria coimplicación con quienes la *empalabran*. Como ya sugerimos al principio de este apartado, la realidad cotidiana se estructura en parte de forma narrativa, como diría el constructivista Jerome Bruner. Desde esta perspectiva, ésta nunca puede ser conocida sin la participación del observador, que es el que, con sus acciones o pensamientos, crea experiencias significativas de la realidad. Esta concepción de la realidad es parecida a la propuesta por los constructivistas Nelson

¹⁵ J. Van den Bulck (1999) “art. cit.”, p. 5.

¹⁶ Para los investigadores, la identidad subjetiva es una entidad precaria ya que depende de las relaciones del individuo con los otros. Cf. A. Strauss (1959) *op. cit.*

¹⁷ Como diría Lippmann, las personas viven en un mismo mundo, pero piensan y sienten de manera diferente. Cf. W. Lippmann (1922) *Public Opinion*. Londres: George Allen & Unwin.

Goodman y Paul Watzlawick. Mientras que para el primero no existe ningún mundo real preexistente a la actividad mental humana y al lenguaje simbólico;¹⁸ para el segundo, “toda realidad es en el sentido más directo, la *construcción* de quienes *creen* que descubren e investigan la realidad”.¹⁹ Los investigadores argumentan así contra la presencia de una única realidad absoluta y recuerdan que el observador es quien construye e inventa las diversas versiones de la realidad, que son fruto de la comunicación y del intercambio simbólico. Tal y como ha expresado el psicólogo Jerome Bruner, en una línea parecida: “Conocemos el mundo de diferentes maneras, desde diferentes actitudes y cada una de las maneras en que lo conocemos produce diferentes estructuras o representaciones o, en realidad, realidades”.²⁰ De hecho, en tanto se comunican y *empalabran* mediante el lenguaje, los seres humanos objetivan su personal apropiación de la realidad y edifican las certezas o las incertidumbres del presente, el pasado y el porvenir. Así elaboran enunciados y productos que pasan a integrar la realidad construida, la cual está más cerca de lo que el entorno considera real, que de lo real, propiamente.²¹ De hecho, las funciones otorgadas a la realidad por un sujeto dado nunca son intrínsecas y entrañan siempre una ‘intencionalidad colectiva’, como diría Searle, que se encuentra dentro de cada observador.²² Gracias a ellas, los individuos comparten creencias, deseos, motivaciones o intenciones de la misma que, sin duda, condicionarán sus procesos de identificación. Como ha expresado Lluís Duch:

“Realidad es, de hecho, una construcción psicológica y sociológica, casi siempre transmitida de generación en generación, de tipo lingüístico: decimos, expresamos, *empalabramos* la realidad, lo que nos concierne, el cúmulo de relaciones positivas y negativas que configuran toda existencia humana”.²³

¹⁸ N. Goodman (1984) *Of Mind and Other Matters*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

¹⁹ P. Watzlawick (comp.) (1988) *La realidad inventada*. Barcelona: Gedisa, p. 15; y (2003) *¿Es real la realidad?* Barcelona: Herder, p. 7.

²⁰ J. Bruner (1988) *op. cit.*, p. 115.

²¹ J. Beck, citado en J. Van den Bulck (1999) “art. cit.”, p. 6.

²² J. Searle (1997) *op. cit.*, pp. 41-42.

²³ L. Duch (2010) *op. cit.*, p. 84. (T. d. A.).

Vista así, la realidad más que un objeto o una experiencia unívoca “independiente de nuestra propia volición”,²⁴ como dirían, desde una perspectiva fenomenológica, Berger y Luckmann, podría ser entendida como “un argumento dentro de una explicación”,²⁵ en palabras de Maturana. Esta perspectiva narrativa, que ha sido también secundada por los ya citados hermeneutas Wilhem Dilthey, Hans Georg Gadamer, Paul Ricoeur o por el filósofo John Searle, nos permite aproximarnos al modo en que los sujetos aprehenden la realidad social construida por los medios de comunicación. Para nosotros, el proceso comprensivo es eminentemente subjetivo. Como ha expresado el Maturana, la realidad vivida por nosotros depende de la línea explicativa que adoptemos y ésta, a su vez, obedece al dominio emocional en el que nos encontremos en el momento de la explicación.²⁶ Así vista, la realidad cotidiana, además de ser configurada socialmente, también es construida psicológicamente y narrativamente. Por una parte, es proyectada y externalizada y, por otra, percibida e internalizada y, por lo tanto, necesariamente, mediada. Si bien es claro que no hay un acceso total o definitivo a lo que ocurre en la vida cotidiana –ya que toda percepción es perspectivística–, al mismo tiempo, cada vivencia de la realidad es real en tanto es vivida y puesta en palabras.

El individuo como ser excéntrico, si utilizamos la terminología de Helmuth Plessner, aprehende la realidad desde dentro y desde fuera o, lo que es lo mismo, está dentro y fuera de la realidad. Por lo tanto, la construcción de la misma sólo puede ser comprendida mediante una teoría capaz de estudiar las dimensiones objetivas y subjetivas de la acción individual y de la interacción social²⁷ y comunicativa.

Otro investigador que ha destacado el carácter discursivo de la realidad es Jesús González Requena. En *El espectáculo informativo o la*

²⁴ P. L. Berger y T. Luckmann (2008) *op. cit.*, p. 11.

²⁵ H. Maturana (1996) *op. cit.*, v. II, p. 31. El investigador pone en cuestión que la realidad pueda ser independiente del sujeto observador. Y parte de la premisa de que los sujetos no pueden distinguir en la experiencia entre ilusión y percepción. H. Maturana (1996) *op. cit.*, v. II, pp. 181-207.

²⁶ H. Maturana (1996) *op. cit.*, v. II, p. 33.

²⁷ E. Saperas (1987) *Los efectos cognitivos de la comunicación de masas*. Barcelona: Ariel, p. 148.

amenaza de lo real, el autor diferencia entre la realidad y lo real: mientras que la primera –del lado del lenguaje– se caracteriza por su inteligibilidad y previsibilidad; el segundo –al margen de todo discurso– se afirma como lo asignificante e imprevisible. Lo real –dice Requena– no es transparente, sino esencialmente opaco y, por ello mismo, es necesaria una operación que lo vuelva inteligible: es aquí donde el lenguaje, el símbolo y la semiosis, como ya vimos, desempeñan su papel fundador. Así vista, la inteligibilidad es pues el resultado de una operación de discursivización.²⁸ Y la realidad cotidiana solo puede ser aprehendida mediante las operaciones de simbolización.

Pero veamos cuál es el lugar que los comunicólogos han dado al estudio de la realidad y las aportaciones que nos resultan más interesantes para nuestro objeto.

6.2.3. Incidencia de los medios en la construcción de la realidad

Desde los años 70, sobre todo, numerosos investigadores de la comunicación, muy influidos por la sociología del conocimiento y la etnometodología, principalmente, comienzan a describir a los medios como constructores de la realidad.²⁹ Tal y como han sugerido Hanna Adoni y Sherill Mane, entre la multitud de conceptualizaciones y propuestas se pueden distinguir dos enfoques generales principalmente: uno que entiende la construcción de la realidad como un importante aspecto de la relación entre comunicación y cultura, y otro que la considera un tipo de efecto mediático.³⁰

Ahora bien, para nosotros, una de las propuestas más representativas, que se centra en cómo los contenidos mediáticos configuran las realidades simbólicas y en el grado de influencia que pueden llegar a tener estos en la

²⁸ J. González Requena (1989) *El espectáculo informativo o la amenaza de lo real*. Madrid: Akal, p. 16.

²⁹ Véanse las siguientes obras paradigmáticas: D. Slater y W. R. Elliot (1982) "Television's Influence on Social Reality." *Quarterly Journal of Speech*, 68(1), 69-79; R. P. Hawkins y S. Pingree (1983) "Television's Influence on Social Reality" en E. Wartella *et al.* (comps.) *Mass Communication Review Yearbook IV*. Beverly Hills, CA: Sage, pp. 53-76; J. Meyrowitz (1985) *No Sense of Place*. Nueva York, NY: Oxford University Press; T. R. Lindlof (comp.) (1987) *Natural Audiences*. Norwood, NJ: Ablex; y J. Lull (1988) *World Families Watch Television*. Newbury Park, CA: Sage.

³⁰ H. Adoni y S. Mane (1984) "Media and the Social Construction of Reality." *Communication Research*, 11(3), 323-324.

vida social, es la teoría del cultivo. A pesar de presentar algunas limitaciones teóricas y metodológicas, los análisis de cultivo desarrollados por la Escuela de Annenberg pusieron de manifiesto la fuerza de la televisión como agente de socialización, y principal constructor de las imágenes y representaciones mentales compartidas, como ya sugerimos en el primer capítulo. Su fundador, George Gerbner, afirma que los contenidos televisivos son elementos de capital influencia en la conformación de la realidad social y que a mayor visionado de piezas existe un mayor número de respuestas televisivas.³¹ Esta última idea es, quizás, la que ha planteado más críticas ya que, en primer lugar, pueden existir otra serie de elementos que influyan en la apropiación de los contenidos y, en segundo, a nuestro juicio, es más importante el modo en el que los sujetos construyen los significados de las piezas que la cantidad de horas de visionado. Pero aún así, el análisis de los procesos de cultivo mantiene su vigencia. No cabe la menor duda, de que, tal y como han expresado los discípulos de Gerbner, Michel Morgan, James Shanahan y Nancy Signoreli: “La recepción televisiva cultiva maneras de ver el mundo –y aquellos que pasan más horas ‘viviendo’ en el mundo televisivo son más propensos a ver el ‘mundo real’ en los términos de las imágenes, valores, retratos e ideologías que emergen a través de las lentes de la televisión”.³² Otras de las líneas de investigación del ámbito comunicativo que se han centrado en el análisis de los procesos de construcción de la realidad son la *agenda setting*³³ o las *news framing*,³⁴ sobre todo, que

³¹ Cf. G. Gerbner *et al.* (1980) “art. cit.”(T. d. A.).

³² M. Morgan *et al.* (2009) “Growing Up with Television” en J. Bryant y M. B. Oliver (eds.) *Media Effects*. Nueva York, NY: Routledge, p. 35.

³³ A pesar de que los estudiosos de la *agenda setting* no utilizan explícitamente el término ‘construcción social de la realidad’, uno de sus objetivos es determinar hasta qué punto los temas incluidos en la agenda son considerados importantes por la audiencia. Ya en 1922 Walter Lippman anunció que los medios de comunicación son la fuente principal de creación de imágenes del mundo exterior en nuestras mentes. Véase el capítulo inaugural titulado “The World Outside and the Pictures in our Heads” de su conocida *Public Opinion*. Para profundizar en la *agenda setting* cf. M. E. McCombs y D. L. Shaw (1972) “The Agenda-setting Function of Mass Media.” *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187; M. E. McCombs y A. Reynolds (2009) “How the News Shapes our Civic Agenda” en J. Bryant y M. B. Oliver (eds.) *op. cit.*, pp. 1-17; W. Wanta *et al.* (2004) “Agenda-setting and International News.” *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 81(2), 364-377; R. A. Holbrook y T. G. Hill (2005) “Agenda-setting and Priming in Prime Time Television.” *Political Communication*, 22(3), 277-295; D. A. Scheufele (2000) “Agenda-setting, Priming, and Framing Revisited.” *Mass Communication and Society*, 3(2), 297-316; y W. Wanta y S. Ghanem (2006) “Effects of

estudian cómo se seleccionan y construyen los ‘hechos sociales’ y el modo en que las audiencias los interpretan. Como es bien sabido, esta problemática es fundamental, ya que diversos estudios han evidenciado la habilidad de los medios para influir en el modo en que las audiencias perciben un evento, basándose en el modo en que lo presentan.

Más centradas en el impacto de la realidad simbólica en la recepción subjetiva de la misma, es decir, en la influencia de los contenidos mediáticos en las percepciones individuales de la realidad, podemos citar las aportaciones de Robert Hawkins y Suzanne Pingree sobre efectos televisivos³⁵ o las de Steven H. Chaffee *et al.*, que aunque no utilizan el término ‘construcción social de la realidad’, sí que estudian el impacto de las realidades simbólicas en las imágenes subjetivas del dominio político.³⁶ Para nosotros es esencial estudiar cómo influyen los contenidos simbólicos en la percepción subjetiva de la realidad. En *El drama televisivo*, Milly Buonano considera que es prácticamente imposible imaginar en la sociedad contemporánea “sistemas de representaciones de la realidad que no se elaboren y se construyan, sino en dependencia, en relación y en interacción con los sistemas de representación de los medios”.³⁷

Dado que el entorno simbólico mediático ocupa la mayor parte de la vida cotidiana, gran parte de la realidad ocurre –tal y como ha sugerido Albert Bandura– a través de la aculturación electrónica.³⁸ En “Social Cognitive Theory of Mass Communication”, el investigador propone que los

Agenda-setting” en R. Preiss *et al.* (eds.) *Mass Media Theories and Processes*. Mahwah, NJ: Erlbaum, pp. 37-52.

³⁴ Véanse dos referentes clave que todavía hoy tienen vigencia: S. Iyengar (1991) *Is Anyone Responsible?* Chicago, IL: University of Chicago Press; y R. M. Entman (1993) “Framing.” *Journal of Communication*, 43(4), 51-58. Volveremos sobre los media frames en el apartado 6.2.3.1.

³⁵ R. P. Hawkins y S. Pingree (1980) “Some Processes in the Cultivation Effect.” *Communication Research*, 7(2), 193-226; y (1982) “Television Influence on Constructions of Social Reality” en D. Pearl *et al.* (eds.) *Television and Behavior*. Washington, DC: Technical Reports. U. S. Government Printing Office, pp. 224-247.

³⁶ Cf. S. H. Chaffee *et al.* (1973) “Mass Communication and Political Socialization” en J. Dennis (ed.) *Socialization to Politics*. Nueva York, NY: Wiley, pp. 391-409; y S. H. Chaffee *et al.* (1977) “Mass Communication in Political Socialization” en S. A. Renshon (ed.) *Handbook of Political Socialization*. Nueva York, NY: Free Press, pp. 223-258.

³⁷ M. Buonanno (1999) *op. cit.*, p. 80.

³⁸ A. Bandura (2009) “Social Cognitive Theory of Mass Communication” en J. Bryant y M. B. Oliver (eds.) *op. cit.*, p. 98.

medios pueden implantar ideas acerca de la realidad mediante observación directa o indirecta de la misma, como vimos en el primer capítulo. Aunque, a nuestro juicio, la distinción entre experiencia directa e indirecta no aporta elementos comprensivos relevantes, ya que toda realidad es mediada y simbólica y, por tanto, directa e indirecta a la vez; esta dicotomía evidencia que los medios pueden enseñar tanto nuevas formas de comportamiento como crear motivaciones para la acción. Esto lo hacen alterando los valores preferentes de las personas, las creencias, las expectativas u otras percepciones. En otros casos, son otras personas las que proporcionan las motivaciones para llevar a cabo lo que se ha aprendido observacionalmente. Incluso en algunos, el efecto de los medios puede ser totalmente mediado socialmente. De este modo, las personas que no tienen ningún contacto con los medios de comunicación pueden ser influidas por los receptores que sí tienen contacto.³⁹ Y es que la experiencia mediática aporta elementos y herramientas de comprensión de gran utilidad para la existencia del individuo en muchos sentidos, ya que le permite configurar los marcos de referencia, integrar, confirmar o corregir los mapas cognitivos preexistentes, gracias a los cuales construye la realidad social e, incluso, construir y modificar sus propias identificaciones subjetivas. De hecho, gran parte del aprendizaje social puede ser alcanzado de manera vicaria, es decir, observando, escuchando o leyendo algo que ocurre a otros en la distancia, como veremos.⁴⁰

A la hora de abordar el estudio de los medios como constructores de la realidad, existen diversas perspectivas teóricas. Hans-Mathias Kepplinger ha sugerido que hay tres grandes enfoques: el realismo, el expresionismo y el constructivismo.⁴¹ Los *realistas* asumen la existencia de una realidad que puede ser experimentada y para ellos el objetivo de los medios es proporcionar una imagen exacta y verdadera de lo que es el “mundo real”,⁴²

³⁹ A. Bandura (2009) “art. cit.”, p. 113.

⁴⁰ Cf. M. Ortiz y J. Harwood (2007) “art. cit.”

⁴¹ H. M. Kepplinger, citado en H. Scherer *et al.* (2005, mayo) “Media’s Creating Reality.” Comunicación presentada en la Conferencia anual de la ICA, Nueva York, pp. 1-26.

⁴² Tarea a nuestro juicio más que imposible. W. Schulz, citado en H. Scherer *et al.* (2005) “art. cit.”, p. 1. En esta línea se han realizado estudios que analizan la cobertura distorsionada de ciertos hechos y se ha concluido que la ideología tiene un enorme poder en la configuración

tarea a nuestro juicio más que imposible. Los *expresionistas* aceptan la existencia de una realidad objetiva también, pero le otorgan menor valor. Desde esta perspectiva, el objetivo de los medios sería más bien el de interpretar la realidad y darle un sentido social.⁴³ Por último, los *constructivistas* asumen que la realidad es construida socialmente hasta cierto punto y que los medios tienen un poderoso papel en este proceso.⁴⁴ Esta orientación está ligada, sobre todo, a la difusión de la sociología de Schütz y sus discípulos, Peter Berger y Thomas Luckmann, como ya vimos, y a la aparición de numerosas obras clave que aplican estos planteamientos al estudio de la comunicación mediática. Este enfoque considera que los medios influyen activamente en la construcción de la realidad cotidiana de los receptores. Así lo han sugerido, desde perspectivas diversas, los autores mencionados, y otros como Jay G. Blumler y Michael Gurevitch, Joshua Meyrowitz, Thomas R. Lindlof o James Lull, por citar algunos referentes clave.⁴⁵ Aunque algunos investigadores han advertido de los peligros que puede suponer una hipersignificación del poder de los medios en la construcción de la realidad,⁴⁶ para nosotros es imposible separar los modos

de las noticias. Cf. K. E. Rosengren (1979) "Bias in News." *Studies of Broadcasting*, 15, 37-45; P. M. Poindexter y C. A. Stroman (1981) "Blacks and Television." *Journal of Broadcasting*, 25(2), 103-122; B. S. Greenberg (1986) "Minorities and the Mass Media" en J. Bryant y D. Zillmann (eds.) *Perspectives on Media Effects*. Hillsdale, NJ: Erlbaum, pp. 165-188; J. F. Sheley y C. D. Askins (1981) "Crime, Crime News, and Crime Views." *Public Opinion Quarterly*, 45(4), 492-506; y G. O'Keefe y K. Reid-Nash (1987) "Crime News and Real-world Blues." *Communication Research*, 14(2), 147-163.

⁴³ H. M. Kepplinger, citado en H. Scherer *et al.* (2005) "art. cit.", p. 1.

⁴⁴ Según K. Beck y K. Krippendorff existen cuatro tipos de constructivistas: los *naive*, bastante parecidos a los realistas de Kleppinger, que asumen la existencia de la realidad objetiva; los *triviales*, para quienes la realidad existe con independencia del observador, de modo que existe por una parte la realidad objetiva o primera y por otra, la interpretación de la misma o pseudorealidad; los *sociales*, que consideran que nada existe fuera del lenguaje o la percepción humana; y, los *radicales*, para quienes incluso la realidad objetiva o física, propiamente, es una construcción. K. Beck y K. Krippendorff, citados en J. Van den Bulck (1999) "art. cit.", p. 5.

⁴⁵ J. M. McLeod y S. H. Chaffee (1972) "The Construction of Social Reality" en J. T. Tedeschi (ed.) *The Social Influence Processes*. Chicago, IL: Atherton, pp. 50-99; J. G. Blumler y M. Gurevitch (1982) "The Political Effects of Mass Communication" en M. Gurevitch *et al.* (comps.) *Culture, Society and the Media*. Londres: Methuen; J. Meyrowitz (1985) *op. cit.*; T. R. Lindlof (1988) "Media Audiences as Interpretative Communities" en J. A. Anderson (comp.) *Communication Yearbook*, 11. Newbury Park, CA: Sage, pp. 81-107; T. R. Lindlof (1987) *op. cit.*; y J. Lull (1988) *op. cit.*

⁴⁶ M. Wolf (1986) "Le discrete influence." *Problemi dell'Informazione*, 21(4), Bolonia, 481-492. D. Slater y W. Elliot, por ejemplo, consideran que los medios tienen un papel limitado. Cf. D. Slater y W. Elliot (1982) "art. cit". En una línea similar Robert P. Hawkins y Suzanne Pingree

de actuar, pensar y sentir de los individuos de la *comediación*, estructura de acogida esencial en nuestra sociedad, tal y como vimos en el primer capítulo de esta tesis. Eso sí, el enfoque constructivista es el que nos parece más acertado. Pero aún así, creemos que sería interesante completarlo para poderlo aplicar a la incidencia de los medios en la percepción y cognición de la realidad cotidiana. Si bien la intersubjetividad y la comunicación interpersonal –el encuentro con el *otro*– son esenciales en la configuración del mundo de la vida cotidiana y la realidad subjetiva, no podemos olvidar que la experiencia mediática también es clave en la configuración social de la realidad. El concepto de ‘realidad social simbólica’, propuesto Hanna Adoni y Sherrill Mane, puede resultar interesante para abordar esta experiencia. Las autoras se refieren a cualquier forma de realidad objetiva que pertenece a un sistema simbólico dado, tal como el arte, la literatura o los contenidos mediáticos.⁴⁷ Para ellas existen diferentes realidades simbólicas que se diferencian por los diferentes sistemas simbólicos a los que pertenecen y el proceso de construcción de la realidad social debe ser entendido como un proceso dialéctico donde se interrelacionan tanto la realidad objetiva, como la simbólica y la subjetiva. Las investigadoras también han puesto de manifiesto en un estudio empírico que algunas percepciones o experiencias indirectas de la realidad (a través del visionado mediático) son más intensas que experiencias directas.⁴⁸ De este modo, experiencias individuales, que no han tenido por qué ser compartidas activamente o experimentadas en primera persona, pueden pasar a formar parte del conocimiento general a través del lenguaje o la narración mediática.

Tal y como han evidenciado Berger y Luckmann, una historia puede describir la realidad social y sedimentarla, es decir, convertirla en una experiencia reconocible y memorable;⁴⁹ pero al mismo tiempo suele contener imágenes del orden social y legitimarlo. Esta legitimación posee dos funciones: primero, proporcionar una explicación de la realidad objetiva; y

aseguran que en dicho proceso también se encuentran coimplicados otros elementos o instituciones. Cf. R. P. Hawkins y S. Pingree (1983) “art. cit”.

⁴⁷ H. Adoni y S. Mane (1984) “art. cit.”, p. 326.

⁴⁸ Cf. H. Adoni, A. A. Cohen y S. Mane (1984) “Social Reality and Television News.” *Journal of Broadcasting*, 28(1), 33-49.

⁴⁹ P. L. Berger y T. Luckmann (2008) *op. cit.*, p. 89.

segundo, hacer que esta explicación sea aceptable. De manera que los receptores adquieren un aprendizaje social determinado, al tiempo que aceptan éste como perteneciente a la realidad objetiva y compartida. Pero ¿cómo se percibe, comprende y construye esta realidad? Las variaciones explicativas podrían ser múltiples, aunque casi todas se basarían en el siguiente postulado básico: que los sujetos y los grupos se basan en una serie de principios significativos que son vehiculados, principalmente, por los medios de comunicación. Y gracias a esta serie de estructuras mentales o esquemas de conocimiento, que contienen información sobre la realidad y contenidos procedimentales⁵⁰, pueden comunicarse y vivir en sociedad.

6.2.3.1. El poder de los *media frames*

En este apartado reseñaremos de forma sucinta cómo los medios de comunicación prestan esquemas de significación a nuestro sentido común y a nuestra experiencia cotidiana, convirtiéndose en marcos de referencia desde los que actuamos y vivimos en sociedad. Los *media frames* son principios organizativos que se comparten socialmente y constituyen la estructura simbólica y significativa del mundo social.⁵¹ Estos esquemas significativos sirven a los individuos para interpretar el mundo circundante y les permiten situarse en un determinado contexto. Como anunciamos en el capítulo III, las narrativas mediáticas tienen un papel fundamental en el enmarcamiento interpretativo de la realidad y en la fijación del marco dominante.⁵² Además, tal y como ha subrayado James Curran, favorecen la integración dentro del orden normativo y remarcan los límites de lo que es aceptable y de lo que no lo es.⁵³ Dicho con otras palabras, definen la realidad y legitiman el orden social como ya hemos visto. Por su parte, la investigadora Elena Galán ha sintetizado, recientemente, que la audiencia, voluntaria o involuntariamente,

⁵⁰ Como ya vimos en el capítulo III, los *frames* proporcionan esquemas de acción y situación sobre el desempeño de roles y conductas intergrupales clave en el funcionamiento del cualquier colectivo o comunidad.

⁵¹ Cf. S. D. Reese (2007) "The Framing Project." *Journal of Communication*, 57(1), 148-154.

⁵² V. F. Sampedro (2003) *op. cit.*, p. 106.

⁵³ J. Curran (1998) "Repensar la comunicación de masas" en J. Curran *et al.* (comps.) *op. cit.*, p. 201.

integra esquemas cognitivos y emocionales entre los que cabría destacar: modelos humanos para la construcción de la identidad, formas de interacción social, dinámicas vitales, líneas éticas y planteamientos sociopolíticos.⁵⁴ Estos modelos o esquemas posibles no sólo construyen y enmarcan la realidad a través de conceptos, imágenes o metáforas de carácter simbólico, como ya hemos señalado en capítulos anteriores, sino también ofrecen una imagen del mundo que contribuye a consolidar el orden social o que, por el contrario, logra construir un punto de vista alternativo al discurso hegemónico.⁵⁵

No olvidemos que, a un nivel teórico, los *media frames* –que proponemos en un sentido goffmaniano– tienen un carácter multifuncional. En primer lugar, construyen el conocimiento básico –el marco explicativo– que el sujeto receptor debe codificar e interpretar. En segundo lugar, proponen mecanismos de selección atencional. De esta manera, el sujeto tiende a procesar aquella información que encaja en dicho esquema y a desechar la información que, desde el punto de vista del esquema, se considera irrelevante.⁵⁶ En tercer lugar, generan expectativas de lo que va a ocurrir, de forma que los sujetos pueden inferir consecuencias. En cuarto lugar, establecen metas o proponen modelos de conducta social ideales, que pueden servir de referentes a los sujetos receptores. En quinto lugar, identifican y categorizan objetos y situaciones que proporcionan significaciones posibles para comprender la realidad. Y, asimismo, proponen evaluaciones o valoraciones de la información propuesta, de modo que funcionan como modelos pautados de comprensión. Es importante destacar que la relevancia de los marcos primarios goffmanianos es *two-fold* para la investigación comunicativa, tal y como han sugerido David Teksbury y Dietram A. Scheufele. Primero, los marcos son sistemas de categorías sociales que sirven como importantes herramientas para procesar la información entre los ciudadanos. Segundo, el discurso social y mediático es, a menudo, dirigido hacia marcos específicos para influir en las percepciones de la

⁵⁴ E. Galán (2007) *La imagen social de la mujer en las series de ficción*. Cáceres: UNEX.

⁵⁵ M. Menéndez (2006) *op. cit.*, p. 21.

⁵⁶ K. Kintsch y T. A. van Dijk (1978) "Toward a Model of Text Comprehension and Production." *Psychological Review*, 85(5), 363-394.

audiencia.⁵⁷ Las aproximaciones a la investigación de *frames* comunicativos se puede englobar en dos categorías, según los investigadores: 1) *Frame building*, que serían aquellos estudios dedicados a cómo los *frames* se configuran y establecen en el discurso social. Y 2) *Frame setting*: los estudios centrados en los efectos de los *frames* en las audiencias. A la luz de estos planteamientos, los esquemas mediáticos tienen un papel crucial tanto en la fase de configuración de las narrativas mediáticas, como en la de refiguración subjetiva, donde se realizan los procesos de identificación.

1) En el *proceso de configuración* o *frame building* los esquemas mediáticos permiten transformar el universo de las realidades objetivas (los acontecimientos, que forman parte de la *paramount reality*) en narraciones mediáticas (los relatos de los acontecimientos). Así, estos marcos precomprensivos –de tenor arquetípico, típico y estereotípico, tal y como distinguimos anteriormente– construyen la realidad de manera simplificada.⁵⁸ Como ha subrayado Robert Entman, el *framing* consiste en seleccionar algunos aspectos de una realidad percibida y hacerla más comprensible en una pieza, de modo que promueva una definición particular de un problema, una interpretación causal y evaluación moral, o un tratamiento recomendado.⁵⁹ En el tratamiento de noticias este proceso es bastante evidente: no sólo se presta atención a unos acontecimientos y se silencia otros, sino que también se evalúa una situación dada y se categoriza a los personajes que la representan. En definitiva, los marcos mediáticos no sólo describen qué está pasando, sino que valoran y diagnostican de acuerdo con una ideología concreta⁶⁰ o, lo que es lo mismo, ofrecen una guía para comprender y juzgar el mundo.

2) En el *proceso de refiguración* o *frame setting* los marcos mediáticos intervienen en procesos tan dispares como la percepción, la comprensión, la

⁵⁷ Cf. D. Tewksbury y D. A. Scheufele (2009) "News Framing Theory and Research" en J. Bryant y M. B. Oliver (eds.) *op. cit.*, pp. 17-33.

⁵⁸ Cf. T. Gitlin (1980) *The Whole World Is Watching*. Berkeley, CA: University of California Press; J. W. Tankard *et al.* (1991, agosto) "Media Frames." Comunicación presentada en la Conferencia anual de la AEJMC, Boston, pp. 7-10; y D. A. Snow y R. D. Benford (1988) "Ideology, Frame Resonance and Participant Mobilization." *International Social Movement Research*, 1(1), 197-217.

⁵⁹ R. Entman (1993) "art. cit.", p. 52.

⁶⁰ R. Entman (1993) "art. cit.", pp. 6-27.

memoria y la organización de la conducta. Estos esquemas cognitivos otorgan sentido y ofrecen horizontes posibles –mundos posibles, si utilizamos la acepción inaugurada por Leibniz– desde los que interpretar las piezas mediáticas. Como ha expresado Murray Edelman, el mundo social es un caleidoscopio de realidades potenciales y cada una de ellas puede ser evocada alternando el punto de vista o modo en que son encuadradas y categorizadas.⁶¹ Así visto, el modo en que un sujeto interpreta una pieza mediática se desarrolla en relación a un marco determinado. Ya en 1967, el psicólogo social Muzafer Sherif demostró que todos los juicios individuales y percepciones ocurren a través de ciertos marcos de referencia.⁶² La experiencia y la conducta individual, por lo tanto, no pueden entenderse sin las influencias de los grupos y la cultura que los rodea, como ya sugerimos. Para Sherif, el campo de la psicología social está constituido por el estudio de la interacción que se produce entre los ámbitos individual, grupal y cultural en la formación de cualquier experiencia y conducta particular. Desde esta perspectiva, las concepciones subjetivas se encuentran relacionadas con los marcos interpretativos que un individuo utiliza –que se encuentran, a su vez, propuestos en las piezas mediáticas–.

Como han apuntado los comunicólogos David Tewksbury y Dietram A. Scheufele, “los marcos informativos pueden ejercer una relativamente sustancial influencia en las creencias, actitudes y comportamiento de los ciudadanos”.⁶³ Los *frames*, en este sentido, son herramientas que construyen las asociaciones entre conceptos y ayudan a las audiencias a crear o realizar conexiones asociativas entre un hecho y consideraciones relevantes para su definición, causas, implicaciones y tratamiento; son, en definitiva, “paquetes” de argumentos, información, símbolos, metáforas e imágenes, si utilizamos la descripción de William Gamson y André Modigliani⁶⁴, que pueden afectar la manera en que las personas entienden, interpretan y reaccionan ante un

⁶¹ M. Edelman (1993) “Contestable Categories and Public Opinion.” *Political Communication*, 10(3), p. 232.

⁶² Cf. M. Sherif (1967) *Social Interaction*. Chicago, IL: Aldine Press.

⁶³ D. Tewksbury y D. A. Scheufele (2009) “art. cit.”, p. 19.

⁶⁴ W. A. Gamson y A. Modigliani (1987) “The Changing Culture of Affirmative Action.” *Research in Political Sociology*, 3(2), 137-177.

problema en cuestión.⁶⁵ Es importante recalcar que los efectos de los *frames* son interpretativos, es decir, afectan a la manera en que se dilucida un hecho.⁶⁶ Y, por lo tanto, muestran aspectos significativos de la realidad percibida que deben ser apropiados subjetivamente. Pero, también, estos contenidos nos acercan a mundos ‘imposibles’, inaccesibles o diferentes al propio, que se hallan en los límites de los marcos o fuera de ellos. Es decir, hacen percibir aquello que en la vida diaria, o en el marco sociocultural, nunca o difícilmente podría experimentarse. Tal y como menciona John B. Thompson: “Los *medias* ponen a disposición de los individuos un amplio abanico de experiencias que los individuos, por lo general no adquirirían en los contextos habituales en los que se desarrolla su vida cotidiana”.⁶⁷ No obstante, los *media frames* también pueden crear vínculos con las creencias o valores preexistentes. De modo que activan o refuerzan constructos personales que se encuentran coimplicados con otras fuentes de aprendizaje social o con la propia trayectoria biográfica o la memoria cultural del grupo. Estudiar cómo los medios de comunicación contribuyen a la construcción social de la realidad, por tanto, implica focalizar tanto en las facticidades transmitidas a través de los marcos, como en el impacto que dichas representaciones simbólicas tienen en la percepción subjetiva de la realidad.

En definitiva, el discurso mediático facilita repertorios de expresiones, símbolos y figuras retóricas que son retomadas, actualizadas y reinterpretadas en diferentes ocasiones, convirtiéndose muchas veces en la materia significativa de la realidad cotidiana. De la misma manera, los relatos mediáticos activan cuadros comunicativos que confirman o desmienten las jerarquías sociales reconocidas, es decir, representan y fijan el marco interpretativo donde los individuos se insertan y, al mismo tiempo, muestran cuáles son las actitudes plausibles y cuáles las conductas ‘desviadas’ dentro de una sociedad. Estos esquemas o marcos de referencia psicológicos funcionan, por tanto, como recursos sociales que sirven a los individuos para

⁶⁵ D. Tewksbury y D. A. Scheufele (2009) “art. cit.”, p. 19.

⁶⁶ Cf. P. R. Brewer (2005) “Values, Framing and Citizen’s Thoughts about Policy Issues.” *Political Psychology*, 26(6), 929-948; y F. Shen (2009) “Effects of News Frames and Schemas on Individuals’s Issue Interpretations and Attitudes.” *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 81(2), 400-416.

⁶⁷ J. B. Thompson (1998) *op. cit.*, p. 291.

comprenderse y construir sus identificaciones en relación a los diferentes roles que realizan en sociedad; y para comprender la actitud o ideología de los demás individuos que conforman los diferentes grupos.

6.3. LA REALIDAD MEDIÁTICA

Si bien gran parte del acceso a la realidad cotidiana parte de la interacción social y de la vivencia personal, no podemos olvidar que existen otras formas de percibir la realidad, que se producen a través de diversas experiencias mediáticas, como ya hemos sugerido. Así personas que nunca han vivido una situación dada aprenden formas de comportamiento social mediante la observación-recepción de piezas mediáticas o la interacción en entornos virtuales, como veremos más adelante. No obstante, es importante reiterar, como ya hemos expresado en el primer capítulo de la presente, que para nosotros el ser humano es un ser de mediaciones y que, por tanto, todas las realidades –sean llamadas directas o indirectas– son mediadas.⁶⁸ El símbolo, el mito, la corporeidad, el lenguaje o la narración dan buena cuenta del modo en que los sujetos hacen presente lo ausente, como diría Lluís Duch. Y, además, les permiten conocer y transmitir “la realidad” y las formas en que ésta es percibida, experimentada o sentida.

A la luz de lo expuesto, podemos afirmar que, a diferencia de lo real, la realidad mediática es un constructo psicosocial de carácter comunicativo, que es producido y vehiculado por los medios de comunicación. Ahora bien, como es evidente, las narraciones mediáticas representan y transforman lo real –inaprensible y eminentemente subjetivo– en diversas narraciones sobre lo real (realidades simbólicas), que se convierten en el sustrato de lo cotidiano o lo compartido. Tampoco podemos olvidar que la realidad mediática es una realidad simbólica producida, la mayor parte de las veces, en forma de imagen. De hecho, tal y como ha subrayado Georges Balandier,

⁶⁸ D. Nimmo y J. E. Combs (1983) *Mediated Political Reality*. Nueva York, NY: Longman, p. 4. En cierta medida todas las realidades son vivenciadas indirectamente en tanto son mediadas.

“la imagen se ha convertido en el principal artífice de las construcciones de lo real”.⁶⁹

6.3.1. La percepción de la realidad mediática

Numerosos investigadores han considerado que la percepción de la realidad de las piezas mediáticas puede influir en los procesos mentales, las actitudes, las creencias y los comportamientos de los receptores.⁷⁰ Esta influencia puede darse en relación a la estructura de las piezas y las historias, tal y como han evidenciado algunos estudios,⁷¹ pero también y, sobre todo, en relación a una serie de variables tales como la memoria, las actitudes o el comportamiento personal.⁷² El concepto de percepción de la realidad mediática es definido, a menudo, como el grado de correspondencia entre la representación mediática y el mundo real.⁷³ A partir de los setenta, surgen numerosas investigaciones que consideran que la percepción de la realidad es un constructo multidimensional.⁷⁴ Ahora bien, la cantidad de dimensiones y los nombres de las mismas no parece estar muy definidas por los investigadores.⁷⁵

⁶⁹ G. Balandier (1994) *op. cit.*, p. 158. Valga decir, que a buen juicio del autor, esta realidad está basada en la puesta en escena y la constante espectacularización. Para profundizar en la espectacularización de la sociedad véase el clásico de G. Debord (2002) *La sociedad del espectáculo*. Valencia: Pre-textos.

⁷⁰ W. J. Potter (1988) “Perceived Reality in Television Effects Research.” *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 32(1), 23-41.

⁷¹ A. Lang (1989) “Effects of Chronological Presentation of Information on Processing and Memory for Broadcast News.” *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 33(4), 441-452; A. Lang *et al.* (1999) “The Effects of Production Pacing and Arousing Content on the Information Processing of Television Messages.” *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 43(4), 451-475.

⁷² Cf. S. F. Geiger y B. Reeves (1991) “The Effects of Visual Structure and Content Emphasis on the Evaluation and Memory for Political Candidates” en F. Biocca (ed.) *Television and Political Advertising I*, pp. 125-143. Hillsdale, NJ: Erlbaum; (1993) “The Effects of Scene Changes and Semantic Relatedness on Attention to Television.” *Communication Research*, 20(2), 155-175; A. Lang *et al.* (1995) “The Effects of Emotional Arousal and Valence on Television Viewers’ Cognitive Capacity and Memory.” *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 39(3), 313-327.

⁷³ A. Hall (2003) “Reading Realism.” *Journal of Communication*, 53(4), 624-641.

⁷⁴ R. P. Hawkins (1977) “The Dimensional Structure of Children’s Perceptions of Television Reality.” *Communication Research*, 4(3), p. 299.

⁷⁵ L. Popova (2010, junio) “Perceived Reality in Media Messages.” Comunicación presentada en la Conferencia anual de la ICA, Singapur, p. 1. La investigadora propone las siguientes dimensiones: ventana mágica, que es definida como la creencia en la literariedad de los mensajes; tipicidad, donde entran en juego las concepciones realistas, la plausibilidad y la

En todo caso, lo que a nuestro juicio resulta más relevante es el grado de similitud que los receptores encuentran entre las personas y las situaciones sociales mediáticas o virtuales y sus concepciones de la vida real. La tipicidad es uno de los elementos clave que entran en juego en los procesos de percepción de la realidad. Como han subrayado Michael A. Shapiro y Tamara Makana Chock, cada historia contiene una mezcla de personas y eventos típicos –aquellos que resultan familiares– y otros atípicos –de carácter novedoso–.⁷⁶ La familiaridad de la escena es, normalmente, la que confirma la realidad de la situación. Sin embargo, muchas historias nuevas tratan de sucesos atípicos o irreales, pero representan emociones, personalidades y acciones típicas, de modo que los receptores configuran su sentido de manera realista.⁷⁷ Ahora bien, lo que consideramos real o realista depende del contexto en el que nos situamos y de las expectativas y creencias personales de cada receptor. Pero ¿de dónde vienen y cómo se forman estas creencias?

6.3.2. Papel de la verosimilitud en el intercambio comunicativo

Ya en su *Poética*, Aristóteles afirmó que es preferible lo imposible pero creíble, que lo posible increíble. Con esta sentencia, el filósofo griego puso de manifiesto el importante valor de la verosimilitud y su capacidad persuasiva. Es importante destacar que la verosimilitud o ‘apariencia de verdad’ es clave en cualquier intercambio comunicativo. De hecho, si ésta desaparece se rompería el pacto de credibilidad y los participantes dejarían de identificarse con los temas, lugares o personajes representados, por ejemplo. A la luz de los planteamientos aristotélicos propuestos en la *Retórica*, lo verosímil no se

probabilidad; la identidad, que es propuesta como un fenómeno emocional o sentimiento de cercanía con los personajes; la utilidad, referida a los juicios acerca de la aplicabilidad de la información a la vida real; la fidelidad perceptual, es decir, la manera en que un mensaje suena y parece real; y, la experiencia virtual o la posibilidad de interactuar con dicha realidad.

⁷⁶ M. A. Shapiro y T. Makana Chock (2003) “Psychological Processes in Perceiving Reality.” *Media Psychology*, 5(2), 163-198.

⁷⁷ Para profundizar en la dimensión narrativa de la percepción de la realidad véase el modelo de comprensión propuesto por R. Busselle y H. Bilandzic (2008) “Fictionality and Perceived Realism in Experiencing Stories.” *Communication Theory*, 18(2), 255-280.

funda en la verdad sino en lo que parece serlo. Es decir, en la conjunción de lo probable (*eikós*), aquello que sucede la mayoría de las veces; y de lo plausible (*éndoxos*),⁷⁸ aquello que aunque nunca ha sucedido es compartido por todos. A saber opiniones generalizadas, clichés, tópicos o lugares comunes, entre otros, que en la vida cotidiana son dados por supuestos. Lo verosímil entraría dentro de una lógica de las probabilidades y pertenecería al terreno de la llamada *doxa* u opinión y, por tanto, es crucial tenerlo en cuenta a la hora de abordar la manera en que la realidad social es construida por los medios de comunicación y reinterpretada por los sujetos y los grupos. En el terreno de la *doxa*, los valores, jerarquías o lugares de lo preferible son esenciales.

En este sentido, tal y como proponen Ch. Perelman y L. Olbrechts-Tyteca, en su *Tratado de la argumentación*, tomaremos “como punto de partida el hecho de que los hombres y los grupos humanos se adhieren a toda clase de opiniones con una intensidad variable, que sólo se puede conocer al ponerla a prueba”,⁷⁹ pero que muchas veces es dada por supuesto y carece de fundamentos. De hecho, la mayoría de los tópicos y estereotipos que circulan en los medios se fundamentan en una lógica de la creencia o *doxástica*, que es la que justifica o hace pensar a las personas que la creencia o la idea de la realidad es la realidad misma. Esto es lo que explicaría por qué “hay cosas que existen sólo porque creemos que existen”,⁸⁰ como diría John Searle. A este respecto, valdría cuestionarse cómo influyen las narrativas mediáticas en la configuración, condicionamiento o, simplemente, mantenimiento de estas creencias compartidas, que se convierten en el saber general y en la realidad cotidiana. De hecho, las creencias, como hemos dicho tienen un carácter pragmático, puesto que no sólo establecen hábitos individuales e influyen en la manera en que se identifican los sujetos, sino que también dan lugar a modos de acción colectivos.

En la vida cotidiana, los sujetos interpretan y asumen la realidad en función de los sistemas de creencias culturales en los que se insertan. Dicho de otro modo, la realidad compartida se forma gracias a una serie de

⁷⁸ Aristóteles (2000) *Retórica*. Madrid: Gredos. p. 35.

⁷⁹ Cf. C. Perelman y L. Olbrechts-Tyteca (1989) *op. cit.*, pp. 768-769.

⁸⁰ J. Searle (1997) *op. cit.*, p. 21.

supuestos o tópicos que más que fundamentarse en pruebas están sustentados por convenciones o creencias heredadas. En virtud de estas últimas, algunos grupos pueden sentirse superiores a otros, por ejemplo y, de ahí, podrían derivar formas de comportamiento excluyentes o violentas. Ahora bien, ¿cómo se mantienen estos tópicos que provocan la subsistencia de estas estructuras de prejuicio? Desde nuestra perspectiva, las estructuras de acogida tienen un poder fundamental a este respecto. Como ya hemos descrito anteriormente, funcionan como instituciones socializadoras y perpetúan las creencias compartidas en las rutinas cotidianas. Los hechos institucionales, aquellos que son dependientes de la volición y de los acuerdos humanos, como diría Searle,⁸¹ precisan de instituciones humanas que los mantengan. Precisamente aquí, la *comediación* es quizás más que ninguna, la estructura de acogida que hoy en día reproduce y mantiene patentes con mayor intensidad este tipo de concepciones recurrentes. Con sus tendencias simplificadoras, repetitivas y homogeneizadoras, las narrativas mediáticas convierten en real lo verosímil y proporcionan formas de confianza y seguridad en los sujetos receptores.

Ya en 1939 Ortega y Gasset sugirió que no hay vida humana que no esté constituida por ciertas creencias básicas.⁸² Cabe decir, que para él las creencias no son ideas o pensamientos propiamente. De hecho, no surgen en un momento dado; por el contrario, son nuestro mundo y nuestro ser, y se confunden con la realidad misma.⁸³ Dicho de otro modo, las creencias no se derivan de una actividad intelectual o del entendimiento subjetivo y, por eso, están ahí antes de que nos ocupemos en pensar en ellas.⁸⁴ Esto revela que más que interiorizarlas o cuestionarlas, muchas veces son dadas por supuesto, ya que están aceptadas sea de forma científica, cultural o mediática. Conviene hacer notar, por tanto, que los sujetos nacen y crecen en una cultura en la que la realidad social les es, simplemente, dada.⁸⁵ Veámoslo de este modo: el sujeto aparece en un entorno de acogida donde ya existen una

⁸¹ J. Searle (1997) *op. cit.*, pp. 21, 28 y 46. Recordemos que los hechos institucionales son ontológicamente subjetivos, aún así, en general, son epistemológicamente objetivos.

⁸² J. Ortega y Gasset (1977) *op. cit.*, p. 16.

⁸³ J. Ortega y Gasset (1997) *op. cit.*, p. 17.

⁸⁴ *Ibídem.*

⁸⁵ J. Searle (1997) *op. cit.*, p. 23.

serie de implicaciones latentes incuestionables que funcionan como marcos cognitivos desde los que comprender, definir o delimitar el mundo circundante. Ortega y Gasset ha otorgado un sentido metafísico a las creencias, ya que para él forman parte de la vida de los seres humanos: “Nos ponen delante la realidad misma. Toda nuestra conducta, incluso la intelectual depende de cuál sea el sistema de nuestras creencias auténticas. En ellas ‘vivimos, nos movemos y somos’”.⁸⁶ Ahora bien, no podemos perder de vista que el sistema de creencias no puede ser individual ni extracultural: de ahí que esté condicionado por la cultura mediática y la tradición cultural en la que un sujeto o grupo se inserte. De esta consideración deducimos que las creencias son heredadas y forman parte del capital simbólico con el que los sujetos viven y construyen la realidad circundante. Para terminar, es importante señalar que ni las personas ni los grupos se identifican exclusivamente con lo cierto. De hecho, también se pueden identificar con lo poco probable, lo increíble, o, incluso, con lo deseado, como veremos en el capítulo VII.

6.3.3. La experiencia mediática: el encuentro entre dos mundos

Como ya hemos aludido anteriormente, la experiencia o vivencia de la realidad no es igual en A) *la recepción de piezas mediáticas* (películas, series o noticias) que en B) *la participación en entornos virtuales* (chats o redes sociales), como veremos a continuación.

A) *La recepción de piezas mediáticas* se caracteriza, en líneas generales, por tratarse de una comunicación en la distancia acerca de otros y que, por tanto, no es vivida en primera persona. Dicho en términos hermenéuticos, existe un material configurado (la pieza mediática) que los receptores han de refigurar, comprender e interpretar a su manera. Aquí los individuos trascienden las fronteras espaciales y temporales que caracterizan la interacción cara a cara y vivencian una realidad o experiencia vicaria. Este tipo de experiencia puede provocar diferentes respuestas por parte de los

⁸⁶ J. Ortega y Gasset (1997) *op. cit.*, p. 22.

receptores. Como ha subrayado Jonathan Cohen, la experiencia vicaria puede tomar varias formas, tales como experimentar situaciones que no podemos o que todavía no hemos podido vivir en primera persona; probar o imaginar identidades alternativas; o adoptar los objetivos, sentimientos o pensamientos de determinados personajes mediáticos.⁸⁷ Estas son sólo algunas de las experiencias que se pueden experimentar en la realidad vicaria en relación a las situaciones o los personajes representados, como veremos en profundidad en el capítulo VII. En líneas generales, podríamos afirmar que durante el visionado de piezas mediáticas, los sujetos participantes se sitúan en una realidad diferente, espacio intermedio que en ocasiones puede encontrarse fuera de su entorno de recepción o marco de referencia. De esta manera es habitual que se produzca una relación ‘refractaria’ –como alude John B. Thompson–, donde lo relatado puede estar muy lejos espacial, cultural o psicológicamente del presente de los receptores. La distancia entre los hechos narrados, sus protagonistas y los espectadores variará aquí en función de los intereses o de la experiencia personal y social de cada individuo. De esta forma, se produce un ‘choque’ de contextos, como ha sugerido Thompson o, lo que es lo mismo, un encuentro entre dos mundos divergentes.⁸⁸ Es decir, el acontecimiento es arrancado de su marco de referencia natural para ser incorporado en los contextos rutinarios de la vida cotidiana de individuos que pertenecen al universo de recepción. El discurso mediático provoca así que diferentes ‘mundos’ se hallen repentinamente reunidos por la experiencia mediática.

B) *La participación en entornos virtuales* o la experiencia de la llamada ‘realidad virtual’ es vivida en primera persona y tiene efectos directos en la configuración del *self*. Con el uso del concepto “realidad virtual” nos referimos a aquellas representaciones digitales que pretenden o pueden llegar a producir “el mismo tipo de efectos perceptivos que los objetos de la realidad física de la vida cotidiana”,⁸⁹ tal y como ha sugerido Wenceslao

⁸⁷ J. Cohen (2001) “Definig Identification.” *Mass Communication and Society*, 4(3), 245-264. Volveremos sobre estas ideas y profundizaremos en los efectos de las narrativas mediáticas y sus personajes en los procesos de identificación en el capítulo VII.

⁸⁸ J. B. Thompson (1998) *op. cit.*, p. 293.

⁸⁹ W. Castañares (2011) “Realidad virtual, mímesis y simulación.” *CIC*, 16, Madrid, p. 62.

Castañares. Si bien somos conscientes de que esta noción, que se popularizó, sobre todo, en la década de los 80, puede resultar limitada, aquí nos referiremos a ella como un modo de representación que entraña formas de participación diferentes a la experiencia sensible. Se podría pensar que los individuos crean mundos mentales en cierta medida virtuales, como han sugerido Goodman o Bruner, no obstante, nosotros nos referimos a la realidad virtual como una forma de representación producida por las tecnologías digitales que contribuye de forma decisiva en la conformación de imaginarios y que introduce “nuevas formas de conocer y relacionarse con el mundo, con los otros y con nosotros mismos”.⁹⁰ Esta realidad, como ha planteado Castañares, no se opone a la “realidad física”, sino que es una representación o *imagen* que está en lugar de otra cosa, y, por lo tanto, posee una *naturaleza semiótica*.⁹¹ Sin embargo, esta naturaleza no determina el tipo de objetos representados e, incluso, pueden aparecer objetos imposibles bajo una apariencia real, de manera que la sensación de realidad provocada en los ‘interactores’⁹² se mezcla con la de fantasía. Precisamente, la imagen virtual va más allá de su intención mimética y tiene por objetivo producir los mismos efectos que los objetos del mundo físico.⁹³

El caso de la configuración de los avatares es una buena muestra de este proceso. Como es bien sabido, la representación avatárica no tiene por qué ser fiel al original y adquiere entidad por sí misma. En este caso, no se trata de que la figura creada se asemeje a la de la realidad física, sino que pretende, más bien, ocupar su lugar en la realidad virtual. De manera que la corporeidad avatárica sustituye al cuerpo real del participante y se convierte en un ‘simulacro’, en el sentido propuesto por Jean Baudrillard.⁹⁴ El avatar puede fingir tener lo que no tiene o ser lo que no es, lo cual evidencia el

⁹⁰ W. Castañares (2011) “art. cit.”, p. 79.

⁹¹ W. Castañares (2011) “art. cit.”, p. 62. Ya en la *Summa Theologiae* Tomás de Aquino utiliza el término *virtualis* para referirse a “algo a lo que no le falta nada para ser, pero que se muestra con todas las características de otras formas de ser.” T. de Aquino, citado en A. Fabris (2009) “Los sentidos de lo virtual.” *Eikasía. Revista de Filosofía*, 24, Oviedo, p. 8.

⁹² Aquí los sujetos no son ya receptores de unas realidades ya configuradas que tan sólo han de refigurar y a las que deben otorgar sentidos; sino que podrían ser llamados ‘interactores’, como ha sugerido Arlindo Machado, ya que en su actividad configuran propiamente la realidad. Cf. A. Machado (2009) *El sujeto en la pantalla*. Barcelona: Gedisa.

⁹³ W. Castañares (2011) “art. cit.”, p. 65.

⁹⁴ Cf. J. Baudrillard (1984) *Cultura y simulacro*. Barcelona: Kairós.

anhelo humano de querer ser otro o vivir otras realidades posibles. Sin embargo, no podemos olvidar que este simulacro hace alusión a una ausencia (lo que no se es o lo que no se tiene). Y, como ha expresado Castañares, esa ausencia es la que hace del simulacro una representación, “porque siempre remite a algo que no está presente, aunque lo ignore aquel a quien se le presenta.”⁹⁵ Ahora bien, como es evidente, la experiencia avatárica no es igual a la de la vida cotidiana. Tal y como ha subrayado Karina P. Trilles, que ha estudiado la experiencia virtual en *SecondLife*, “resulta obvio que en el mundo virtual yo *no soy mi cuerpo*, sino que soy representada por una corporeidad objetiva concebida como mero continente que ni siquiera me pertenece y al que no soy capaz de experimentar en primera persona”.⁹⁶ No obstante, aunque esta experiencia no sea vivida en la realidad fáctica, puede influir y tener consecuencias en la vida cotidiana.⁹⁷

De hecho, no podemos olvidar que estas experiencias virtuales son en cierta medida vividas como ‘reales’ y pueden llegar a transformarse en la memoria en experiencias reales, ya que la comunicación o participación ha sido experimentada efectiva y afectivamente. Tal y como ha argumentado Nancy Baym las actividades que las personas hacen en los espacios *on-line* están íntimamente relacionadas con la construcción del mundo *off-line*.⁹⁸ Lo mismo puede ocurrir en el visionado de piezas mediáticas televisivas o cinematográficas. Como ha subrayado Marc Augé, incluso las escenas de ficción se sumergen en nuestra vida real, se deslizan como recuerdos de igual condición que los que hemos vivido, ya que, en cierto modo, los hemos vivido realmente.⁹⁹ Así, como ha sugerido Alfonso Muñoz Corcuera, “recuerdos procedentes de conversaciones, de sueños o de películas pueden deslizarse en nuestra memoria como si fuesen reales y pasan a formar parte de nuestra memoria autobiográfica”.¹⁰⁰

⁹⁵ W. Castañares (2011) “art. cit.”, p. 67.

⁹⁶ K. P. Trilles (2009) “Fenomenología y realidad virtual.” *Arbor*, 736, p. 432; y S. Turkle (2005) *The Second Self*. Cambridge, MA: MIT Press.

⁹⁷ A. Fabris (2009) “art. cit.”, p. 8.

⁹⁸ N. K. Baym (2006) “Finding the Quality in Qualitative Research” en D. Silver y A. Massanari (eds.) *Critical Cyberculture Studies*. Nueva York, NY: New York University Press, p. 86.

⁹⁹ Cf. M. Augé (1998) *Las formas del olvido*. Barcelona: Gedisa, p. 86.

¹⁰⁰ A. Muñoz Corcuera (2009) “Realidad virtual y memorias posibles.” *Eikasia. Revista de Filosofía*, 24, Oviedo.

De esta manera, las imágenes y experiencias mediáticas pueden ser absorbidas por la memoria y convertirse en parte de ella.¹⁰¹ Este hecho evidencia el poder de las narraciones mediáticas en la construcción imaginativa de los espacios y lugares, de los recuerdos y las tradiciones compartidas, de las creencias, los valores culturales o grupales, y poder en la configuración de las identificaciones. De este modo, los medios crean figuras genéricas sobre el *yo*, el *nosotros* y los *otros*, sobre maneras de ser o parecer, sentimientos de pertenencia y exclusión, como veremos en el capítulo siguiente.

6.4. RECAPITULACIÓN

Como ya tuvimos oportunidad de exponer en capítulos anteriores la realidad es simbólica y se construye en función de los marcos de comprensión en los que los individuos se insertan. Han sido numerosas las tentativas por definir la realidad, cuestión que ha ocupado a la filosofía desde antiguo. No obstante, se debe reconocer que una sola formalización de la misma, una única perspectiva o nivel, jamás ofrecerá una panorámica exhaustiva de la complejidad de esta noción. Por ello, la complementariedad, una vez más, constituye la vía más adecuada para comprender la realidad humana y, en especial, la mediática. No cabe duda, por tanto, de que en esta breve síntesis sería muy oportuno referirse al carácter psicológico, social y narrativo de la realidad cotidiana y al poder que ejercen los *media frames* en la construcción de la misma. Asimismo, valga añadir que la configuración de las creencias y las opiniones compartidas es fundamental para describir el alcance de la comunicación mediática en los procesos de identificación. Dado que los sujetos y los grupos no sólo se identifican con lo real o lo posible es menester prestar cierta atención al modo en que los medios suministran modelos gracias a los cuales los sujetos y los grupos realizan identificaciones desiderativas. Cuestión a la que aludiremos en el próximo capítulo, en el que

¹⁰¹ A. Oliveiro (2000) *La memoria*. Madrid: Alianza, p. 151. Cf. M. Cruz (2007) *Cómo hacer cosas con recuerdos*. Buenos Aires: Katz; y E. Kandel (2007) *En busca de la memoria*. Buenos Aires: Katz.

realizaremos una exploración panorámica acerca de las teorías comunicológicas más relevantes sobre la relación entre los medios y las identificaciones.

Capítulo VII

Condicionamiento de los medios de comunicación sobre los procesos de identificación

7.1. INTRODUCCIÓN

El largo recorrido que hemos realizado nos ha permitido captar, a través de las diferentes propuestas estudiadas, que los procesos que nos ocupan se encuentran coimplicados de manera dialéctica. Ahora bien, antes de anunciar posibles corolarios, hemos estimado necesario abordar en este capítulo final el modo en que la Comunicología –*stricto sensu*– estudia la relación entre la comunicación mediática y la construcción de las identificaciones. Para ello, realizaremos una aproximación multidimensional y analizaremos qué teorías y estudios empíricos relevantes se han llevado a cabo al respecto. En primer lugar, nos referiremos, sumariamente, al espacio prestado a la dialéctica entre el sujeto y las narrativas mediáticas desde la perspectiva de los estudios culturales, los feministas y los etnográficos. En segundo lugar, abordaremos cómo influyen los medios en el proceso de formación del *yo*, donde toman especial relevancia el concepto de sí mismo y la autoimagen corporal, nociones que ya anunciamos en el segundo capítulo de la presente. En tercer lugar, profundizaremos en la identificación que realizan los receptores con los personajes mediáticos, fenómeno que tiene una incidencia

crucial en la configuración de la yoidad. En cuarto lugar, haremos especial énfasis en la manera en que Internet está afectando profundamente a los procesos de creación de identificaciones. Y, para finalizar, nos referiremos a la importancia que las narrativas mediáticas tienen en la configuración de dos imágenes esenciales, que son el *nosotros* y el *ellos*. El encuentro entre el *yo* y estas dos imágenes, nos permitirá explicar y justificar el poder que ejercen los medios de comunicación como estructura de acogida esencial y como fuente de inspiración de los procesos cognitivos, afectivos y efectivos que traen consigo los procesos de identificación.

Si bien numerosos investigadores han evidenciado el poder que los medios ejercen en las creencias, actitudes y comportamiento de las personas,¹ es importante matizar que nosotros no exploraremos los efectos mediáticos en general, que podrían ser literalmente cientos, tal y como sugirieron Jack McLeod y Byron Reeves.² Por ello no nos interesa en este lugar estudiar la influencia mediática en un sentido general, ya que nos hemos propuesto una tarea mucho más concreta. Trataremos de descubrir el modo en que los medios de comunicación condicionan los procesos de identificación. Aunque las palabras efecto o influencia son utilizadas habitualmente en los estudios de comunicación, a nuestro juicio, revisten cierta ambigüedad. Primero, porque hacen alusión a procesos mecanicistas o unidireccionales (X influye en Y), en los que el sujeto receptor o participante es pasivo. Y segundo, porque parecen sugerir cierta univocidad contraria a la multiplicidad del proceso que nos ocupa. De hecho, la influencia no siempre es la misma y está condicionada por muchos factores, como es bien sabido. Todo esto nos induce a considerar que el vocablo 'condicionamiento' nos permite esbozar más claramente nuestro propósito. Pese a todo, somos conscientes de las dificultades que presenta determinar el condicionamiento

¹ Véase: Slater, M. D. (2007) "Reinforcing Spirals: The Mutual Influence of Media Selectivity and Media Effects and Their Impact on Individual Behavior and Social Identity." *Communication Theory*, 17, pp. 281-303.

² McLeod, J. M., y Reeves, B. (1980) "On the nature of Mass Media Effects", en Whitney, S. B. Y Abeles, R. P. (eds.) *Televisions and Social Behavior: Beyond Violence and Children*, pp. 17-54. Hillsdale, Nj: Lawrence Erlbaum Associates.

de los medios.³ Por ello, nos limitaremos a manifestar el alcance de la *comediación* como estructura de acogida capaz de condicionar las maneras de ser e identificarse de los sujetos y los grupos.

A partir de aquí exploraremos, únicamente, aquellas aportaciones que aportan luz a nuestro objeto de estudio. Es importante matizar también que nos referiremos tanto a la recepción mediática como a la participación virtual, dos formas muy diferentes de construcción de sentido. A continuación, veremos el lugar que han ocupado el sujeto y las identificaciones en los estudios de comunicación.

7.2. SUJETO Y MEDIOS DESDE LA PERSPECTIVA DE LOS ESTUDIOS CULTURALES

Como es bien sabido, los estudios de comunicación no prestaron en sus orígenes demasiada atención al sujeto o a las identidades.⁴ Utilizamos aquí ‘identidades’ y no ‘identificaciones’ porque estos primeros estudios se refieren a las categorías de pertenencia o roles establecidos en sociedad, más que a los procesos en los que los individuos participan a lo largo de sus trayectorias biográficas. Ahora bien, con la aparición de los estudios culturales, estas cuestiones fueron ocupando poco a poco un lugar central. Precisamente, la dialéctica entre comunicación mediática e identidad, relegada hasta entonces a un segundo plano por los comunicólogos funcionalistas, los teóricos de los usos y gratificaciones, y los marxistas,⁵ se convirtió en una de las cuestiones más explotadas por los investigadores de los estudios culturales.⁶ Al principio Raymond Williams, Richard Hoggart y Edward Thompson, fundadores del Círculo de Birmingham, rescataron el concepto de ideología y lo aplicaron al estudio de las culturas y las identidades. A partir de aquí surgieron numerosos proyectos centrados en el impacto de los medios de comunicación en las clases populares y en la

³ Véanse los clásicos: Wolf, M. (1992) *Los efectos sociales de los media*. Barcelona: Paidós, p. 9. Perse, E.M., (2001) *Media effects & Society*, Mahwah: Erlban Associated.

⁴ E. Castelló (2008) *Identidades mediáticas*. Barcelona: UOC, p. 168.

⁵ E. Castelló (2008) *op. cit.*, p. 161.

⁶ Buena cuenta de ello dieron Stuart Hall al preguntarse: ¿Quién necesita ‘identidad’? en su *Cuestiones de identidad cultural*; o Lawrence Grossberg al cuestionar, en su capítulo en el mismo libro: “Identidades y estudios culturales: ¿no hay nada más que eso?”

infrarrepresentación de las clases obreras en los medios de comunicación.⁷ Algunas décadas más tarde, Stuart Hall, John Fiske o David Morley enfatizaron en la importancia del sujeto social en la construcción del significado de las piezas mediáticas.⁸ Stuart Hall, por ejemplo, elaboró en los ochenta un esquema comunicativo, gracias al cual es posible determinar la relación entre la codificación o producción de las piezas mediáticas y la decodificación o apropiación de las mismas por parte de las audiencias. A través de este proceso, Hall concibe la recepción como un proceso activo y creativo donde el receptor tiene un lugar fundamental,⁹ como ya había anunciado en 1962 Umberto Eco en su *Opera aperta*. No obstante, la novedad de la propuesta del británico estriba en su concepción del significado que, para él, está determinado por un código social y se instaaura gracias a una serie de mecanismos ideológicos. Para John Fiske, el sujeto también es el lugar central en la producción de sentido, ya que es un fabricante activo de los significados del texto, y no sólo un receptor pasivo de los significados ya construidos.¹⁰ La subjetividad es, a su juicio, un producto tanto de la sociedad como de la propia conciencia y del lenguaje¹¹, elementos que se encuentran en relación directa con la comunicación mediática, como ya hemos visto en capítulos anteriores.

Para nosotros, el gran aporte de los estudios culturales es, sin duda, el énfasis otorgado al modo en que la audiencia negocia y usa los textos mediáticos en el curso de sus vidas diarias y en la construcción de sus propios significados.¹² Como ha expresado James Curran: “El poder de los medios de difusión no se concibe en términos de influencia individual, sino como fuente central de información y significación. Según estos argumentos,

⁷ Un buen ejemplo es el del Glasgow Universtiy Media Group (1976) *Bad News*. Londres: Routledge & Kegan Paul.

⁸ Cf. S. Hall (1980) “Encoding/Decoding” en S. Hall *et al.* (eds.) *Cultura, Media, Language*. Londres: Hutchinson, pp. 128-138; J. Fiske (1987) *Television Culture*. Londres: Methuen, p. 65; D. Morley (1996) *Televisión, audiencias y estudios culturales*. Buenos Aires: Amorrortu; y (1995) *Spaces of Identity*. Londres: Routledge; S. Hall y P. du Gay (comps.) (2003) *op. cit.*; y P. K. Lunt y S. M. Livingstone (1992) *Mass Consumption and Personal Identity*. Buckingham: Open University Press.

⁹ S. Hall (1980) “art. cit.”.

¹⁰ J. Fiske (1987) “art. cit.”, p. 292.

¹¹ J. Fiske (1987) *op. cit.*, pp. 49-50.

¹² J. Curran (1990) “The New Revisionism in Mass Communication Research.” *European Journal of Communication*, 5(2), 135-164.

los medios de difusión no sólo nos ayudan a saber más sobre el mundo, sino que también nos ayudan a darle un significado”.¹³ Ahora bien, no podemos olvidar que los medios de comunicación, como bien apuntó David Morley, no ofrecen significados totalmente abiertos, sino que adoptan la forma de una ‘polisemia estructurada’. En virtud de este concepto, la estructura del texto propicia una interpretación o decodificación preferida.¹⁴ No obstante, es importante no perder de vista que igual que los mensajes tienen o esconden una ideología –generalmente dominante–, los sujetos receptores se encuentran situados históricamente. Por lo tanto, el contexto de recepción es clave para entender su manera de refigurar los contenidos mediáticos.¹⁵ En este sentido, no podemos olvidar que las personas tienen opiniones y valores preconcebidos fruto de su aculturación, de sus relaciones sociales y de su experiencia personal y, sobre todo, tienen trayectorias biográficas que les permiten tener una cierta predisposición hacia unos contenidos o hacia un modo de apropiarlos. Como bien ha apuntado Morley: “Los mensajes que recibimos de los medios no nos encuentran aislados, porque todos llevamos con nosotros, en el momento de recibirlos, otros discursos y otro conjunto de representaciones con los que estamos en contacto en otras esferas de la vida”.¹⁶ A saber, la trayectoria biográfica y la vivencia personal son elementos cruciales en la refiguración de las piezas mediáticas.

En definitiva, los receptores reinterpretan activa y creativamente sus propios significados, su propia cultura e, incluso, sus identificaciones, en lugar de absorber pasivamente los contenidos propuestos.¹⁷ Sin embargo, no podemos subestimar el poder del discurso hegemónico que, sin duda, ofrece pocas alternativas en los modos de apropiar y refigurar las narrativas propuestas. Como ya hemos expuesto en los capítulos precedentes, el modo en que las narrativas son configuradas determina, en gran medida, la

¹³ J. Curran (1998) “art. cit.”, pp. 205-206.

¹⁴ D. Morley (1998) “Populismo, revisionismo y los ‘nuevos estudios de audiencia’” en J. Curran *et al.* (comps.) *op. cit.*, p. 422.

¹⁵ Cf. S. Moores (1993) *Interpreting Audiencias*. Londres: Sage.

¹⁶ D. Morley (1996) *op. cit.*, p. 113.

¹⁷ I. Ang (1990) “Culture and Communication.” *European Journal of Communication*, 5(2), 239-260.

comprensión de las mismas.¹⁸ Hacia finales de los 80 y a lo largo de los 90, los estudios culturales comienzan a centrarse, casi exclusivamente, en la representación de las identidades alternativas o marginadas, abandonando, en gran medida, los estudios sobre recepción. Como ha sugerido Enric Castelló, asistimos al auge de lo que él llama *representing studies*, concentrados en temáticas como la representación de la inmigración en los medios, la construcción de la identidad nacional, la imagen de la mujer en la TV o en las revistas, las identidades juveniles o el impacto de las nuevas tecnologías.¹⁹ Si bien estos estudios ofrecen detalladas descripciones de las prácticas discursivas hegemónicas, son a nuestro juicio limitados y se alejan de nuestro objeto de estudio.

7.2.1. Los estudios feministas

Pero los estudios culturales no son los únicos que han prestado atención al modo en que los significados de las piezas mediáticas son apropiados por los receptores o la manera en que condicionan sus procesos de identificación. Los *feminist media studies* cuentan con una extensa tradición centrada en la representación de las mujeres en los medios de comunicación o en su manera de reinterpretar las narrativas mediáticas, que ha sido muy enriquecedora para el estudio de la construcción de identificaciones. Un tratamiento pormenorizado del enfoque anunciado podría ser el tema de una extensa monografía. Sin embargo, aquí nos limitaremos a señalar brevemente las propuestas dedicadas a la recepción o refiguración de los contenidos mediáticos y dejaremos a un lado todos aquellos estudios que se han centrado en la representación propiamente dicha. No obstante, debe tenerse presente que estos últimos también han contribuido positivamente al estudio de la configuración de las identificaciones de género.²⁰

¹⁸ Véanse algunas propuestas críticas: P. Bourdieu (1998) *Sobre la televisión*. Barcelona: Anagrama, J. Curran (2005) *Medios de comunicación y poder en una sociedad democrática*. Barcelona: Hacer; y E. Herman y N. Chomsky (1988) *Manufacturing Consent*. Nueva York, NY: Pantheon.

¹⁹ E. Castelló (2008) *op. cit.*, p. 180.

²⁰ Cf. E. Altès y J. Gallego (2004) "Estereotipos y roles de género en los medios de comunicación" en P. López Díez (ed.) *Manual de información en género*. Madrid: Instituto

En la década de los 80, Doroty Hobson, Lana Rakow o Janice Radway realizaron investigaciones significativas acerca del modo en que las mujeres construyen su propia imagen y reconfiguran las piezas mediáticas en el proceso de recepción.²¹ En este contexto resultaría interesante referirnos al estudio de Janice Radway, titulado *Reading the Romance*, al que ya aludimos en el capítulo IV. A la luz de sus planteamientos, parece bastante evidente que la ficción romántica ofrece a las lectoras un espacio-tiempo de libertad que les permite escapar de las tareas domésticas asignadas en el hogar.²² Aquí la lectura se convierte en una herramienta que fomenta una identificación alternativa más fuerte y libre. De hecho, como sugiere Radway, mientras leen las mujeres se sienten más poderosas y tienen más ganas para emprender cambios en su entorno. “La actividad en sí misma les permite temporalmente identificarse con una heroína que recibe toda la atención y cuidados de un hombre extraordinario. En efecto cuando ellas compran una novela romántica, ellas están adquiriendo espacio personal y atención vicaria”.²³ También los estudios de Herta Herzog o los más recientes de Tania Modleski o describen, cada uno a su manera, el modo en que los seriales (de radio o televisión) pueden relativizar los problemas de las audiencias y hacerlos más llevaderos²⁴ y aportan datos relevantes que pueden resultar interesantes para describir tendencias generales. Desde otra perspectiva, el trabajo de Mary-Lou Galician pone de manifiesto las consecuencias de que los medios

Oficial de RTVE e Instituto de la Mujer, pp. 37-68; C. Carter (1998) *News, Gender and Power*. Londres: Routledge; G. Colaizzi (2002) “El no-sujeto mujer” en N. Campillo (coord.) *Género, ciudadanía y sujeto político*. Valencia: Institut Universitari d’Estudis de la Dona, pp. 151-157; D. Comas d’Arguemir (2009) “Las mujeres en los informativos de televisión.” *Quaderns del CAC*, 33, 97-108; y (1995) *Trabajo, género y cultura*. Barcelona: Icaria; C. de Miguel *et al.* (2004) *La identidad de género en la imagen filmica*. Bilbao: UPV/EHU; D. Gauntlett (2002) *Media, Gender and Identity*. Londres: Routledge; y R. Gill (2007) *Gender and the Media*. Cambridge: Polity Press.

²¹ D. Hobson (1982) *Crossroads*. Londres: Methuen; J. A. Radway (1991) *op. cit.*; L. Rakow (1986) “Rethinking Gender Research in Communication.” *Journal of Communication*, 36(4), 11-26.

²² J. A. Radway (1991) *op. cit.*

²³ J. A. Radway (1991) “Interpretative Communities and Variable Literacies” en Ch. Mukerji y M. Schudson (eds.) *Rethinking Popular Culture*. Berkeley, CA: University of California Press, p. 479. (T. d. A.).

²⁴ Cf. H. Herzog (1944) “What Do We Really Know About Daytime Serial Listeners?” en P. Lazarsfeld y F. Stanton (comp.) *Radio Research, 1942-1943*. Nueva York, NY: Duell, Sloan & Pearce; T. Modleski (1982) *Loving with a Vengeance*. Hamden, CT: Archon Books; I. Ang (1985) *Watching Dallas*. Londres: Methuen.

casi nunca presenten relaciones románticas y amorosas realistas o sanas,²⁵ hecho al que, sin duda, debería prestarse más atención desde el ámbito político.

Buena parte de la investigación sobre identificaciones de género y medios desarrollada en los últimos años se ha efectuado en relación a los nuevos formatos y a la tecnología.²⁶ Muchos de estos estudios han evidenciado que la mayoría de las experiencias íntimas actuales están mediatizadas por los medios de comunicación tradicionales y por la aculturación electrónica. Precisamente, la clave para entender la configuración de las identificaciones de género es, sin duda, las posibilidades que ofrece Internet a la hora de crear versiones del *yo* más libres. En esta exposición no podremos entrar en el debate en torno las ventajas e inconvenientes que la tecnología tiene sobre la configuración de las identificaciones de género. No obstante, merece la pena dedicar alguna atención a las aportaciones de Donna Haraway, para quien la tecnología es una parte esencial de la identidad ya que es central en la vida diaria.²⁷ El recurso de la autora al concepto de 'cyborg' reviste especial interés ya que desafía las definiciones esencialistas sobre el sujeto y el género propiamente dicho. Esta nueva figura entre ser humano, máquina y animal, que habita el mundo virtual, permite articular a Haraway su antiesencialismo radical y abre el horizonte a una nueva noción de sujeto que ya no puede identificarse con lo que es visible o empíricamente perceptible. Todo ello supone un desafío a la concepción unívoca de la identidad en un sentido clásico.²⁸

En este punto hemos de mencionar también las consideraciones de la ya mencionada Judith Butler, cuyos trabajos han sido clave en la configuración

²⁵ Cf. M.-L. Galician (2004) *Sex, Love and Romance in the Mass Media*. Filadelfia, PA: Erlbaum.

²⁶ Cf. C. Cockburn (1993) *Gender and Technology in the Making*. Londres: Sage; F. Aguilera Valpuesta (2004) "Sociabilidad virtual, vínculo social y construcción de la identidad. El Caso de la comunidad virtual El Rincón Chileno." Comunicación presentada en el II Congreso del OCS; A. Larrondo Ureta (2005) "La Red al servicio de las mujeres. Aproximación a la relación mujer y medios de comunicación en Internet." *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 11, Madrid, 375-392. V. Sanz González (2006) "Las tecnologías de la información desde el punto de vista de género." *Isegoría*, 34, 193-208; J. Wajcman (2004) *Technofeminism*. Cambridge: Polity Press; S. Wyatt (2008) "Feminism, Technology and the Information Society." *Information, Communication and Society*, 11(1), 111-130.

²⁷ D. J. Haraway (1985) "Manifiesto for Cyborgs." *Socialist Review*, 80, 65-108.

²⁸ Cf. D. J. Haraway (1995) *op. cit.*

de lo que hoy se conoce como teoría o movimiento *queer*.²⁹ En *El género en disputa*, Butler niega la condición esencial o natural de la identidad, así como su carácter estático y estable. Para ella, el sexo está condicionado por las lógicas dominantes y binarias impuestas por el género, entendido como constructo social.³⁰ Así visto, el imaginario social y mediático ejerce una influencia fundamental en la manera de concebir la sexualidad y la corporalidad.³¹ De hecho, sólo es posible acceder a la comprensión del cuerpo a través de los discursos, las prácticas y normas a través de las cuales el sujeto se construye propiamente. Después de lo que tan sumariamente hemos expuesto sobre los aportes feministas, resulta hartamente evidente que los medios juegan un papel fundamental en la configuración de las identificaciones de género.

7.2.2. Los estudios etnográficos

Asimismo, los estudios etnográficos también han aportado luz a nuestro objeto de estudio. En los últimos años, diversos investigadores se han centrado en cómo diferentes colectivos utilizan los significados que circulan en los medios para dar sentido a sus vidas y a sus categorizaciones o percepciones de clase, etnia u otras formas de identificación. Tal y como han sugerido Peter L. Lunt y Sonia M. Livingstone, el consumo penetra en el significado de la experiencia psicológica afectando a la construcción de identidades o la formación de relaciones sociales.³² A este respecto, destacan las ya mencionadas aportaciones de David Morley, John Fiske o James Lull,

²⁹ Cf. D. Córdoba (2002) *Teoría Queer*. Trabajo de investigación. Programa de Doctorat. Departament de Sociologia. UAB; R. Llamas (1998) *Teoría torcida*. Madrid: Siglo XXI; R. M. Mérida Jiménez (2002) *Sexualidades transgresoras*. Barcelona: Icaria; y B. Preciado (2002) *Manifiesto contra-sexual*. Madrid: Opera Prima.

³⁰ J. Butler (2007) *op. cit.*

³¹ Cf. J. Alexander (2002) "Homo-pages and Queer Sites." *International Journal of Sexuality and Gender Studies*, 7(2-3), 85-106; L. P. Gross (2001) *Up from invisibility*. Nueva York, NY: Columbia University Press; J. Halberstam (2005) *In a Queer Time and Place*. Nueva York, NY: New York University Press; K. O'Riordan y D. J. Phillips (eds.) (2007) *Queer Online*. Nueva York, NY: Peter Lang.

³² Cf. P. K. Lunt y S. M. Livingstone (1992) *op. cit.*, p. 24.

pioneros en los estudios etnográficos sobre los usos de la televisión.³³ La característica común de estos primeros trabajos es que toman como marco de partida la familia y el hogar como lugar donde surgen relaciones de dominio, conflicto, toma de decisiones y establecimiento de reglas.³⁴

Entre las contribuciones más actuales podemos mencionar las de Miguel Ángel Aguilar, Rosalía Winocur y Néstor García Canclini, investigadores que han estudiado los contextos de recepción y los procesos de apropiación por parte de los receptores,³⁵ aunando los aportes de la antropología y los estudios de comunicación. Como ha subrayado Dolors Comas d'Argemir, este tipo de enfoques tratan de establecer mediante la etnografía el modo en que los espectadores interpretan los mensajes y la manera en que utilizan las representaciones para asumir las ideologías enraizadas en los textos, para crear identidades y para imaginar otras realidades.³⁶ En una línea similar, podemos señalar las aportaciones de Larry Nathan Stelitz, que ha realizado estudios etnográficos sobre la recepción mediática y la configuración de identificaciones sociales. Valga señalar que el investigador combina el uso de historias de vida, grupos de discusión y observación participante para explorar el modo en los sujetos apropian y refiguran los contenidos representados.³⁷ También Amit Kama ha centrado sus investigaciones en la influencia de los medios en la construcción de la identidad gay, en concreto, y utiliza el método biográfico como vía para entender el modo en que los sujetos se autoperciben y se sienten juzgados y

³³ Véanse también en el ámbito de la televisión los clásicos: J. Fiske y J. Hartley (1978) *Reading TV*. Londres: Methuen; D. Morley (1986) *Family Television*. Londres: Comedia; y J. Lull (1988) *op. cit.*

³⁴ Cf. I. F. Goodman (1983) "Television's Role in Family Interaction." *Journal of Family Issues*, 4, 405-424.

³⁵ Cf. M. A. Aguilar y R. Winocur (2005) "Ciudad y medios de comunicación" en N. García Canclini (coord.) *La antropología urbana en México*. México: FCE, pp. 197-220; y N. García Canclini (2006) *Diferentes, desiguales y desconectados*. Barcelona: Gedisa.

³⁶ Cf. D. Comas D'Argemir (2000) "Construyendo imaginarios, identidades, comunidades" en M. Bullen y C. Díez Mintegui (eds.) *Retos teóricos y nuevas prácticas*. San Sebastián: Ankulegi, p. 184.

³⁷ L. N. Strelitz (2002) "Media Consumption and Identity Formation." *Media, Culture and Society*, 24(4), 459-480.

evaluados por los *otros*.³⁸ Este tipo de enfoques son muy enriquecedores, ya que combinan diversos métodos desde una perspectiva interdisciplinar.

7.3. EL PROCESO DE FORMACIÓN DEL YO

A pesar de que no hemos hallado una teoría general específica sobre el sujeto o las identidades desde los estudios de comunicación, no han sido pocos los investigadores que han afirmado que la recepción mediática se encuentra en el centro del proceso de formación del *yo*. El teórico de la Escuela de Frankfurt Douglas Kellner, por ejemplo, considera que la cultura mediática ayuda a configurar la vida diaria y proporciona materiales gracias a los cuales las personas forjan sus innumerables identificaciones.

“La radio, la televisión, el cine, y otros productos de la industria cultural proporcionan modelos de lo que significa ser hombre o mujer, exitoso o fracasado, poderoso o pobre. La cultura mediática además proporciona materiales gracias a los cuales muchas personas construyen su sentido de clase, etnicidad y raza, nacionalidad, sexualidad, sentimiento de ‘nosotros’ y de ‘ellos’”.³⁹

En una línea muy parecida John B. Thompson afirma que el proceso de formación del *yo* se nutre de materiales simbólicos mediáticos⁴⁰. A la luz de sus planteamientos, la proliferación de estos contenidos provee a los individuos de medios para explorar formas alternativas de vida de modo simbólico o imaginario, que les permiten reflexionar críticamente sobre ellos mismos y sobre las actuales circunstancias de sus vidas.⁴¹ Como indica el sociólogo estadounidense: “Un individuo que lee una novela o mira una telenovela no está simplemente consumiendo una fantasía; él o ella exploran posibilidades, imaginan alternativas, experimentan con su propio *yo*”.⁴²

Otro de los referentes teóricos que aborda esta problemática es Manuel Castells que, en *La era de la información*, explora a fondo la influencia

³⁸ A. Kama (2005) “A Unrelating Mental Press.” *The Journal of Men’s Studies*, 13(2), 168-184; y (2002) “The Quest of Inclusion.” *Feminist Media Studies*, 2(2), 195-212.

³⁹ Cf. D. Kellner (1995) *Media Culture*. Londres: Routledge, p. 1. (T. d. A.).

⁴⁰ J. B. Thompson (1998) *op. cit.*, p. 269.

⁴¹ J. B. Thompson (1998) *op. cit.*, p. 276.

⁴² J. B. Thompson (1998) *op. cit.*, p. 300.

de los medios en la construcción de identificaciones. El investigador analiza el alcance de la sociedad red, la cual se encuentra regida por una economía informacional y global, donde la materia prima es la información, basada en el conocimiento. La tecnología se encuentra en el centro de los cambios que se están produciendo en las estructuras sociales y en las identidades, en su opinión. A su juicio, las identidades son fuentes de sentido más fuertes que los roles porque son constituidas por un proceso de individuación.⁴³ No obstante, no podemos obviar que a su vez son externalizadas y es aquí donde, precisamente, entran en conflicto. El investigador catalán propone tres “formas” de representar la identidad que se dan en la sociedad red, y que para nosotros, sin duda, sería mejor llamar ‘narrativas mediáticas identitarias’, como ya sugerimos, más que identidades estancas propiamente. La primera de ellas es la *legitimadora*, introducida por las instituciones dominantes para extender su dominación. La segunda es la de resistencia, en la que los actores se encuentran en posiciones estigmatizadas y construyen trincheras de *resistencia*. Y la tercera es la llamada de *proyecto*, que está basada en los materiales culturales pero es redefinida por los sujetos y los grupos. Para él, las identidades son estratégicas ya que construyen intereses, valores y proyectos en torno a la experiencia.⁴⁴

Este modelo ternario recuerda, en gran medida, a la jerarquía mediática propuesta por Víctor F. Sampedro, que ya anunciamos en el apartado 1.4. Recordemos que para él, los medios responden a dos tipos de dinámicas a la hora de representar las identidades públicas: 1) La normalización, que da lugar a identidades oficiales o hegemónicas y que, por tanto, está legitimada por el marco político o económico imperante. Y 2) la marginación, que reproduce identidades populares o minoritarias, que pueden ser marginales u opositoras. De esta manera, los medios establecen con sus representaciones roles sociales privilegiados o subordinados, en consonancia con los mercados políticos y comerciales en los que se

⁴³ M. Castells (2001) *op. cit.*, p. 29.

⁴⁴ M. Castells (2001) *op. cit.*, p. 399.

desenvuelven.⁴⁵ Pero veamos cómo influyen más concretamente los medios en la yoidad.

7.3.1. Influencia de los medios en el concepto de sí mismo

La percepción del concepto de sí es, para nosotros, clave en la formación del *yo*. Se trata de un proceso multidimensional, cultural, social e históricamente influenciado, como ya hemos sugerido en los capítulos precedentes. Kristen Harrison ha señalado, recientemente, que la mayoría de los trabajos sobre la influencia de los medios en las percepciones del *yo* tratan sobre el amor propio o sobre la valoración de determinados atributos específicos, tales como un cuerpo ideal.⁴⁶

Ahora bien, hay muy pocas investigaciones que se centren en la relación existente entre la configuración de la llamada autocomplejidad (*self-complexity*) y la recepción mediática.⁴⁷ La autocomplejidad es una noción que se refiere al conocimiento (atributos y juicios) que una persona percibe de sí misma, basándose en sus creencias o valoraciones personales.⁴⁸ Para Harrison, prácticamente, ninguna de las teorías de los efectos de los medios aporta elementos verdaderamente relevantes o estructurales para explicar el modo en que los contenidos mediáticos influyen en los afectos, las emociones o las percepciones.⁴⁹ Todos estos son elementos clave a la hora de configurar las autopercepciones,⁵⁰ procesos multidimensionales y complejos. Por este motivo, ella propone un modelo teórico llamado *Scope of the Self*, con el que pretende profundizar acerca de cómo los sujetos constituyen su concepto de sí. La investigadora parte de las siguientes asunciones de partida, que nos

⁴⁵ V. F. Sampedro (2003) *op. cit.*, p. 10.

⁴⁶ Cf. C. A. Stroman (1986) "Television Viewing and Self-concept among Black Children." *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 30(1), 87-93; M. Tiggemann (2003) "Media Exposure, Body Dissatisfaction, and Disorder Ealing." *European Eating Disorders Review*, 11(5), 418-430; K. Harrison (2000) "The Body Electric." *Journal of Communication*, 50(3), 119-143.

⁴⁷ K. Harrison (2006) "Scope of the Self." *Communication Theory*, 16(2), 254.

⁴⁸ P. W. Linville (1985) "Self-complexity and Affective Extremity: Don't Put All Your Eggs in One Cognitive Basket." *Social Cognition*, 3(1), 94-120.

⁴⁹ K. Harrison (2006) "art. cit.", p. 255.

⁵⁰ Este concepto ha sido ampliamente estudiado desde la psicología social. Cf. M. R. Leary y J. Price (eds.) (2003) *Handbook of Self and Identity*. Nueva York, NY: Guilford Press.

parecen muy interesantes para clarificar el alcance de la influencia mediática en los procesos de identificación: 1) El modelo es especialmente relevante para los adolescentes, ya que esta etapa es la más intensa en cuanto a desarrollo de la identidad. Recordemos que numerosos investigadores desde el ámbito de la psicología han subrayado que los procesos de formación del *yo* son especialmente intensos en la adolescencia.⁵¹ 2) Los autoconceptos son múltiples y pueden ser planteados en relación a los roles sociales, la naturaleza de las relaciones intersubjetivas, los tipos de actividades, las características personales y los deseos u objetivos del adolescente. 3) Los retratos propuestos por los medios acerca de las características, actividades o modos de orientarse en el mundo sólo representan un abanico muy limitado de todas las formas o posibilidades de ser, como ya anunciamos anteriormente. Y 4) la influencia es mayor en los individuos que tienen menos recursos sociales, es decir, menos fuentes de información a su alcance, o apoyo por parte de su familia o comunidad.⁵² Sus estudios demuestran que los adolescentes que ven más horas de televisión proponen autoconceptos menos complejos –más simples o pobres– y tienden a categorizarse en relación a los atributos típicos dominantes de los personajes o estrellas mediáticas. Estos adolescentes, dice Harrison, en lugar de describirse como personas espirituales o interesadas por la biología, por ejemplo, utilizan atributos propios de las personalidades mediáticas (guapo, fuerte, valiente o *sexy*).⁵³

Desde esta perspectiva, la adolescencia sería la época en la que la comunicación mediática despertaría mayores oportunidades para configurar las identificaciones.⁵⁴ Tal y como ha subrayado Julián Pindado, esta etapa se caracteriza por el incremento en la autoconsciencia, por lo que los

⁵¹ J. E. Côté (1996) "Identity" en G. R. Adams *et al.* (eds.) *Psychological Development during Adolescence* 8. Thousand Oaks, CA: Sage, pp. 130-180. Cf. E. H. Erikson (1974) *op. cit.* (1972) *Sociedad y adolescencia*. México: Siglo XXI; y J. J. Arnett (2004) *Emerging Adulthood*. Nueva York, NY: Oxford University Press.

⁵² K. Harrison (2006) "art. cit.", p. 256.

⁵³ K. Harrison (2006) "art. cit.", p. 270.

⁵⁴ Cf. D. Grodin y T. R. Lindof (1996) *Constructing the Self in a Mediated World*. Thousand Oaks, CA: Sage; C. Feixa (2000) "Generación @." *Revista Nómadas*, 13, Bogotá, 76-91; (1998) *De jóvenes, bandas y tribus*. Barcelona: Ariel; (1989) "Pijos, progres y punks." *Revista de Estudios de Juventud*, 34, 69-78; (1988) *La tribu juvenil*. Turín: L'Occhiello.

adolescentes son especialmente sensibles a las imágenes que provienen de los medios.⁵⁵

A la luz de estas premisas, podemos afirmar que las imágenes propuestas por los medios de comunicación influyen en la autopercepción y autoconcepción de los receptores. Ahora bien, a pesar de que la influencia puede llegar a ser más intensa en la adolescencia, no podemos olvidar que los adultos también se pueden ver influidos (en mayor o menor grado) por los modelos presentados en los medios. Veamos a continuación ¿cómo inciden los medios en la autoimagen corporal?

7.3.2. La construcción de la autoimagen corporal

La vivencia de la corporeidad, como ya vimos en el segundo capítulo de esta tesis, es uno de los elementos simbólicos clave en la configuración de las identificaciones. Cuando hablamos de la autoimagen nos estamos refiriendo a “un constructo elaborado a partir de la percepción de uno mismo al que se agregan las atribuciones, explícitas o supuestas, de los otros”,⁵⁶ tal y como ha sugerido María Dolores Cáceres. En esta configuración entran en juego diversos factores tanto de carácter perceptivo, como afectivo, valorativo o efectivo. Ahora bien, esta imagen personal y subjetiva no sólo se configura en función de la autoestima, la trayectoria biográfica o las relaciones intersubjetivas de cada sujeto, sino también en relación con la cultura circundante y, en especial, con la mediática. Como es bien sabido, los medios proponen modelos o ideales de lo socialmente aceptable, lo bello o lo atractivo y los sujetos adquieren creencias, comportamientos y actitudes mediante el aprendizaje observacional acerca de las formas de alimentación o del peso ideal, por ejemplo. Es innegable que estas imágenes pueden influir en las valoraciones o aspiraciones de los sujetos independientemente de la edad que tengan.⁵⁷ La configuración de la imagen corporal está conformada

⁵⁵ Cf. J. Pindado (2006) “Los medios de comunicación y la construcción de la identidad adolescente.” *Zer*, 21(11), Bilbao, p. 13.

⁵⁶ M. D. Cáceres (2008) “El cuerpo deseado y el cuerpo vivido.” *CIC*, 13, Madrid, p. 199.

⁵⁷ Algunos investigadores sugieren que esta influencia suele ser mayor en las mujeres que en los hombres y en las jóvenes que en las maduras. Cf. J. J. Brumberg (1997) *The Body*

por las percepciones o la autoconciencia de sí, por las valoraciones de los *otros*, pero también por los deseos o expectativas que el sujeto proyecta. Es, precisamente, aquí donde los medios juegan un rol determinante, ya que influyen en los modos en que los sujetos se imaginan o desean ser. Y esto puede causarles, en ocasiones, insatisfacción o, incluso, desórdenes psicológicos y físicos. No es de extrañar, por tanto, que se haya encontrado un vínculo significativo entre la recepción mediática de determinados programas o la participación en determinados foros de Internet y enfermedades como la bulimia o la anorexia.⁵⁸

Pero, además, el cuerpo también ocupa un lugar central en las experiencias virtuales y la tecnología ha creado importantes alteraciones de los estados somáticos.⁵⁹ Después de lo que tan sumariamente hemos expuesto, resulta harto evidente que la libre configuración de la imagen corporal es una motivación importante para los usuarios de Internet. Tal y como ha subrayado Lieve Gies, muchas comunidades virtuales son formaciones sociales que tienen como punto de contacto el hecho de compartir experiencias de realización corporal como la sexualidad, el embarazo, las enfermedades, la dieta o el deporte.⁶⁰ Además, la corporeidad simbólica, real o imaginaria, se hace presente en las formas en que los sujetos hablan y en el modo en el que se autopresentan mediante un avatar, que los

Project. Nueva York, NY: Vintage; M. Charles *et al.* (2006) "How Do Body-dissatisfied and Body-satisfied Males and Females Judge the Size of Thin Female Celebrities?" *International Journal of Eating Disorders*, 39(7), 576-582.

⁵⁸ R. A. Botta (1999) "Television Images and Adolescence Girl's Body Image Disturbance." *Journal of Communication*, 49(2), 22-41; K. Harrison y J. Cantor (1997) "The Relationship between Media Consumption and Eating Disorders." *Journal of Communication*, 47(1), 94-104; K. Harrison (2000) "art. cit."; D. A. Hargreaves y M. Tiggemann (2009) "Muscular Ideal Media Images and Men's Body Image." *Psychology of Men and Masculinity*, 10(2), 109-119; B. J. Harper y M. Tiggemann (2008) "The Effect of Thin Ideal Media Images on Women's Self-objectification, Mood, and Body Image." *Sex Roles*, 58(9-10), 649-657; M. Tiggemann (2006) "The Role of Media Exposure in Adolescent Girls' Body Dissatisfaction and Drive for Thinness." *Journal of Social and Clinical Psychology*, 25(5), 523-541; S.-Y. Park (2005) "The Influence of Presumed Media Influence on Women's Desire to Be Thin." *Communication Research*, 32(5), 594-614.

⁵⁹ L. Gies (2009) "How Material are Cyberbodies. Broadband Internet and Embodied Subjectivity." *Cyber Media Culture*, 4(3), p. 326.

⁶⁰ L. Gies (2009) "art. cit.", pp. 320-321.

hace situarse en un terreno fronterizo entre lo natural y lo artificial,⁶¹ como veremos.

Ahora bien, a la luz de la teoría de la identidad social propuesta por Henri Tajfel, que ha sido continuada por investigadores como Michael A. Hogg o John C. Turner, como ya anunciamos, el concepto de sí no está basado únicamente en las autopercepciones psíquicas o físicas, sino también y, principalmente, en el modo en que percibimos a los demás y nos relacionamos con ellos. De ahí, que el concepto de sí se encuentre vinculado estrechamente con las imágenes y los personajes mediáticos, gracias a los cuales las personas y los grupos realizan categorizaciones y comparaciones con los demás. Según la teoría de la comparación social, propuesta por Leon Festinger, las autoevaluaciones que los sujetos realizan van acompañadas de comparaciones. Y éstas influyen en la forma en que los sujetos se definen y adquieren un conocimiento del *yo*.⁶² No olvidemos, que como ya desarrollamos en el capítulo II, la autopercepción incluye la valoración y evaluación de los *otros*. Y estas experiencias cognitivas y afectivas están condicionadas, en gran medida, por los personajes de la cultura mediática, como veremos a continuación.

7.4. LA IDENTIFICACIÓN CON PERSONAJES MEDIÁTICOS

La mayoría de estudios de medios tienden a describir la identificación con personajes mediáticos como una de las respuestas posibles por parte de los receptores hacia las figuras representadas en las piezas mediáticas.⁶³ A la luz de la literatura científica revisada, podemos observar que existe una variedad de maneras de entender esta reacción. Sin embargo, tal y como ha subrayado Jonathan Cohen, los intentos por categorizar este concepto y su tratamiento

⁶¹ Cf. A. Balsamo (1995) "Forms of Technological Embodiment." *Body and Society*, 1(3-4), 215-237.

⁶² Cf. L. Festinger (1954) "A Theory of Social Comparison Processes." *Human Relations*, 7, 117-140.

⁶³ Cf. C. Hoffner y J. Cantor (1991) "Perceiving and Responding to Mass Media characters" en J. Bryant y D. Zillmann (eds.) *Responding to the Screen*. Hillsdale, NJ: Erlbaum, pp. 63-103; y C. Hoffner (1996) "Children's Wishful Identification and Parasocial Interaction with Favorite Television Characters." *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 40(3), 389-402.

teórico no han sido del todo sistemáticos.⁶⁴ No obstante, sí que se ha evidenciado que la identificación con personajes mediáticos tiene un importante rol en la configuración de la realidad social y en el desarrollo de la identidad, la personalidad y las actitudes. Y es que, tal y como ha sugerido Cohen, la identificación contribuye a la configuración del *self* o yoidad, ya que las imágenes mediáticas se encuentran relacionadas con nuestras percepciones del sí y de los *otros*.⁶⁵ De hecho, como ha expresado:

“Aunque la identificación consiste en la fusión del yo y del otro, en lugar de la interacción entre el yo y los demás, es una parte importante de muchas relaciones cercanas y es un mecanismo importante a través del cual las personas se conectan emocionalmente y cognitivamente entre sí”.⁶⁶

La identificación con personajes podría incluir una variedad de respuestas o sentimientos, tales como empatía, afinidad, amistad, similitud, atracción, sensación de tener una relación con el personaje, tendencia a imitarlo o deseos de ser como él.⁶⁷ No obstante, Cohen ha subrayado que estos indicadores no ponen de manifiesto el carácter primario e interno de la identificación y su condición imaginativa,⁶⁸ que la convierten en una experiencia subjetiva en la que los receptores imaginan que son el personaje y ven el mundo a través de sus ojos.⁶⁹ En sus palabras: “La identificación es un mecanismo a través del cual los miembros de la audiencia experimentan la recepción y la interpretación del texto desde dentro, como si los eventos que ocurren les pasasen a ellos”.⁷⁰ Desde esta perspectiva, éste es un fenómeno psicológico interno heredero de la propuesta freudiana, que requiere que los individuos olviden quienes son para llegar a ser otros; de manera que asumirían la identidad del personaje mediático y, en cierta

⁶⁴ J. Cohen (2001) “art. cit.”, p. 246.

⁶⁵ *Ibidem*.

⁶⁶ J. Cohen (2001) “art. cit.”, p. 261. (T. d. A.).

⁶⁷ D. C. Giles (2002) “Parasocial Interaction.” *Media Psychology*, 4(3), 279-305.

⁶⁸ J. Cohen (2001) “art. cit.”, p. 250.

⁶⁹ Cf. S. M. Livingstone (1998) *Making Sense of Television*. Nueva York, NY: Routledge.

⁷⁰ J. Cohen (2001) “art. cit.”, p. 245. (T. d. A.).

medida, transformarían su sentido del *yo*.⁷¹ “Mientras se identifica con un personaje, un miembro de la audiencia se imagina a sí mismo siendo el personaje y remplace su identidad personal y rol como receptor por la identidad y el rol representado en el texto”.⁷² Ahora bien, no podemos olvidar que se trata más bien de un proceso de internalización de un punto de vista – como dirían Berger y Luckmann– y no de una externalización, proyección, puesta en palabras o identificación (en el sentido que hemos propuesto a lo largo de esta tesis). La explicación metafórica de la identificación propuesta por Oatley implica que los receptores internalizan la condición del protagonista a través de procesos imaginativos que les permiten tener un “encuentro entre mentes”.⁷³

Ahora bien, el proceso de identificación puede extenderse más allá del momento de recepción y provocar en los receptores el deseo de ser como los personajes representados. Este fenómeno ha sido llamado por Cecilia von Feilitzen y Olga Linne como *wishful identification* (identificación desiderativa), y no es más que un proceso psicológico por el que un persona quiere ser como otra.⁷⁴ Algunos investigadores han señalado que el deseo de ser o actuar como un personaje es más intenso en los adolescentes.⁷⁵ No obstante, como ya hemos anunciado, aunque las relaciones que los adolescentes mantienen con las figuras mediáticas y celebridades afecta en la formación del *yo*,⁷⁶ no podemos obviar que este fenómeno también puede darse en los adultos, tal y como ha evidenciado la teoría del aprendizaje social. Asimismo, podríamos considerar la identificación como un medio para evitar la angustia o la hostilidad. De hecho, la apropiación de rasgos o modelos de comportamiento a partir de los personajes mediáticos puede

⁷¹ Cf. M. H. Wright (1994) “Burkeian and Freudian Theories of Identification.” *Communication Quarterly*, 42(3), 301-310; y D. Zillmann (1995) “Mechanism of Emotional Involvement with Drama.” *Poetics*, 23(1-2), 33-51.

⁷² J. Cohen (2001) “art. cit.”, p. 251. (T. d. A.).

⁷³ Cf. K. Oatley (1999) “Meetings of Minds.” *Poetics*, 26(5), 439-454. (T. d. A.).

⁷⁴ C. Feilitzen y O. Linne (1975) “Identifying with Television Characters.” *Journal of Communication*, 25(4), 51-55.

⁷⁵ C. Hoffner y M. Buchanan (2005) “Young Adults’ Wishful Identification with Television Characters.” *Media Psychology*, 7(4), p. 325.

⁷⁶ Cf. S. D. Boon y C. D. Lomore (2001) “Admired-celebrity Relationships among Young Adults.” *Human Communication Research*, 27(3), 432-465; y B. P. Fraser y W. J. Brown (2002) “Media, Celebrities, and Social Influence.” *Mass Communication and Society*, 5(2), 183-206.

ayudar a resolver o aminorar las dificultades de los sujetos receptores o participantes, como ya hemos visto. En efecto, la identificación puede provocar en cierta medida una sensación de seguridad ontológica, como diría Roger Silverstone.⁷⁷ Esta noción retomada por Anthony Giddens, se relaciona íntimamente con el carácter tácito de la conciencia práctica y puede funcionar como un anclaje cognitivo y emotivo de los sentimientos humanos.⁷⁸ Pero además, nos permite ilustrar el alcance de las prácticas mediáticas en la creación de vínculos significativos entre el *yo* y los *otros*. John Cohen y Miriam Metzger también han destacado el papel que las relaciones parasociales establecidas con los personajes mediáticos puede tener en la creación de vínculos sociales,⁷⁹ necesidad inherente al ser humano. De manera que la experiencia mediática podría entenderse como una vía para renovar la confianza básica en uno mismo y en los demás y para favorecer los puntos de referencia.

A la hora de estudiar empíricamente el proceso es cuestión, hemos hallado una amplia variedad de enfoques desde los estudios de comunicación.⁸⁰ Como es evidente está fuera de nuestro alcance describir cada una de la estrategias abordadas por los investigadores, sin embargo, nos ha sorprendido la ausencia de un método común, lo cual nos lleva a afirmar que medir la identificación es bastante complicado, por no decir imposible. Precisamente, por esta razón hemos escogido esta aproximación transdisciplinar y hemos privilegiado el enfoque hermenéutico como camino para alcanzar la comprensión del asunto que nos ocupa. Tampoco podemos

⁷⁷ R. Silverstone (1993) "Television, Ontological Security and the Transitional Object." *Media, Culture and Society*, 15(4), 573-598.

⁷⁸ A. Giddens (1995) *op. cit.*, p. 52.

⁷⁹ J. Cohen y M. Metzger (1998) "Social Affiliation and the Achievement of Ontological Security through Interpersonal and Mass Communication." *Critical Studies in Mass Communication*, 15(1), 41-60.

⁸⁰ Algunos investigadores han medido la identificación a través de una escala. Cf. T. Liebes y E. Katz (1990) *The Export of Meaning*. Nueva York, NY: Oxford University Press. Mike D. Basil realizó entrevistas para abordar los sentimientos positivos hacia los personajes. M. D. Basil (1996) "Identification as a Mediator of Celebrity Effects." *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 40(4), 478-495. Barbara J. Newton y Elizabeth B. Buck preguntaron directamente a los receptores cómo se identificaban con los personajes. Cf. B. J. Newton y E. B. Buck (1985) "Television as a Significant Other." *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 16(3), 162-170. En los estudios literarios sobre la respuesta del lector, Oatley utilizó métodos de flujo de conciencia (*stream of consciousness*) para analizar el grado de identificación de los lectores con los personajes. K. Oatley (1999) "art. cit."

olvidar que, aunque este proceso es interno y subjetivo, los textos mediáticos están preparados para provocar determinadas reacciones.⁸¹ Es evidente que existen determinados atributos o estereotipos en los personajes que hacen que la audiencia los prefiera o los rechace.⁸² Igualmente, no podemos perder de vista que la estructura narrativa de una pieza mediática tiene un rol crucial.⁸³ A saber, que la *dispositio* discursiva y narrativa de las piezas mediática, la tecnología o el contexto de recepción son factores a tener en cuenta en este proceso. Además, las percepciones de los personajes mediáticos pueden estar afectadas por las expectativas previas de los receptores, que les hacen tipificar a los personajes de acuerdo a una serie de categorías de género, religión, etnia u ocupación,⁸⁴ que han podido ser aprendidas o adquiridas por otras estructuras de acogida, como la familia o la escuela. Incluso, algunos investigadores han afirmado que existen diferencias en la forma de refigurar los mensajes o identificarse con los personajes en función del sexo o el rol del receptor.⁸⁵ Todos estos condicionantes nos permiten afirmar que el proceso de identificación tiene un gran alcance y no puede ser estudiado desde una perspectiva unidimensional.

Para terminar, solo cabe mencionar que las posibles consecuencias de este fenómeno son igual de extensas y complejas por lo que su abordaje debe ser multiperspectivo. La mayoría de los estudios se han centrado en los efectos de la identificación con personajes violentos y su influencia en el comportamiento;⁸⁶ otros han analizado la incidencia de determinados

⁸¹ Cf. C. Hoffner (1996) "art. cit."

⁸² La similitud, la familiaridad, la actitud o el atractivo suelen favorecer. Cf. J. Cohen (1999) "Favorite Characters of Teenage Viewers of Israeli Serials." *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 43(3), 327-345. Y los trabajos ya citados de Cynthia Hoffner y Joanne Cantor.

⁸³ H. Hoeken (2008, mayo) "Narrative Persuasion and Identification." Comunicación presentada en la Conferencia anual de la ICA, Montreal.

⁸⁴ D. L. Hamilton y T. K. Trailer (1986) "Stereotypes and Stereotyping" en J. F. Dovidio y S. L. Gaertner (eds.) *Prejudice, Discrimination, and Racism*. Nueva York, NY: Academic Press, pp. 127-163.

⁸⁵ Cf. M. B. Oliver *et al.* (1998) "The Impact of Sex and Gender Role of Self-perception on Affective Reactions to Different Types of Films." *Sex Roles*, 38(12), 45-62; y M. S. Sanders (2004, mayo) "Is It a Male or Female Thing?" Comunicación presentada en la Conferencia anual de la ICA, Nueva Orleans.

⁸⁶ Cf. L. R. Huesmann *et al.* (1984) "Intervening Variables in the TV Violence-aggression Relation." *Developmental Psychology*, 20(5), 746-775.

personajes en el recuerdo o la memoria.⁸⁷ Sin duda, donde más se evidencia este condicionamiento es en el fenómeno fan, que hace que miles de seguidores adopten las actitudes, formas de hablar, gesticular o vestir de sus estrellas preferidas.⁸⁸ Pero también podría aplicarse al estudio de la influencia del liderazgo político, puesto que los personajes poderosos, inevitablemente, son presentados como ídolos o modelos a seguir, y pueden condicionar, incluso, pautas de comportamiento social o ideologías diversas. Otra de las consecuencias más evidentes de la identificación con los personajes mediáticos es la implicación emocional por parte de los receptores,⁸⁹ que va más allá de la mera imitación. La empatía también es un mecanismo clave en este proceso, de manera que lo más habitual es que los receptores se identifiquen con personajes parecidos o deseables.

Tampoco podemos olvidar que a veces los receptores se identifican con personajes que han creado ellos mismos. De manera que son ellos los que configuran, de principio a fin, la figura mediática. Estamos pensando en la creación de los avatares que se utilizan en chats, como *SecondLife*, o en videojuegos. Tal y como han señalado C. Klimmt *et al*, la creación y actuación con estos personajes afecta a la percepción del sí y a la yoidad de los jugadores.⁹⁰ “Jugar a los videojuegos simula las circunstancias de ser un personaje mediático (o adoptar un rol social), por ejemplo, ser un héroe de guerra o un oficial de policía”.⁹¹ Para los investigadores, los jugadores

⁸⁷ C.f. E. E. Maccoby y W. C. Wilson (1957) “Identification and Observational Learning from Films.” *Journal of Abnormal Social Psychology*, 55(1), 76-87.

⁸⁸ Véase la ya citada teoría del aprendizaje social de Albert Bandura. También las siguientes propuestas: Ch. Harris y A. Alexander (eds.) (1998) *Theorizing Fandom*. Cresskill, NJ: Hampton Press; J. L. Caughey (1986) “Social Relations with Media Figures” en G. Gumpert y R. Cathcart (eds.) *Inter/media: Interpersonal Communications in a Media World*. Nueva York, NY: Oxford University Press, pp. 219-252; D. C. Giles y J. Maltby (2004) “The Role of Media Figures in Adolescent Development.” *Personality and Individual Differences*, 36(4), 813-822; S. D. Boon y C. D. Lomore (2001) “art. cit.”; C. Soukup (2006) “Hitching a Ride in a Star.” *Southern Communication Journal*, 71(4), 319-337; y L. Lewis (1992) *The Adoring Audience*. Nueva York, NY: Routledge.

⁸⁹ Cf. D. Zillmann (1980) “Anatomy of Suspense” en P. H. Tannenbaum (ed.) *The Entertainment Functions of Television*. Hillsdale, NJ: Erlbaum, pp. 133-163.

⁹⁰ Cf. C. Klimmt *et al*. (2010) “Identification with Video Game Characters as Automatic Shift of Self-perceptions.” *Media Psychology*, 13(4), 323-338; C. Klimmt *et al*. (2009) “The Video Game Experience as ‘True’ Identification.” *Communication Theory*, 19(4), 351-373; y N. J. Goldstein y R. B. Cialdini (2007) “The Spyglass Self.” *Journal of Personality and Social Psychology*, 92(3), 402-417.

⁹¹ C. Klimmt *et al*. (2009) “art. cit.”, p. 354.

establecen un uso monádico con los personajes, ya que no los ven como entidades diferentes a sí mismos, sino como una misma entidad.⁹² Dentro de esta línea de trabajo, el estudio empírico de Katherine Bessière, A. Fleming Seay y Sarah Kiesler ha aportado resultados interesantes. Los investigadores preguntaron a los jugadores sobre su *self* actual, su *self* ideal y la personalidad de su personaje en el videojuego. Los resultados mostraron que los personajes del videojuego se asemejaban más al *self* ideal que al real.⁹³ Esta implicación nos ha llevado a preguntarnos cómo es el proceso de configuración del *yo* en los entornos virtuales, que veremos en el próximo apartado.

7.5. LA CREACIÓN DE IDENTIFICACIONES EN LOS ESPACIOS VIRTUALES.

La crisis de los paradigmas discursivos dominantes ha provocado la proliferación de tribus neolocales y comunidades virtuales donde los sujetos amplían sus necesidades socializadoras y exacerban sus pulsiones hedonistas. En este sentido, podemos hablar de una creciente revalorización de los procesos de identificación, que plantean la búsqueda urgente de regenerar el sentido del *yo* social y de encontrar por diferentes vías, nuevas respuestas a la clásica pregunta antropológica “¿quién soy?” Las relaciones con las nuevas tecnologías dan cuenta de un nuevo tipo de sujeto hipermoderno, como diría Gilles Lipovetsky, que más allá de presenciar o reinterpretar las narrativas mediáticas, las configura y elabora por sí mismo de forma participativa. Sherry Turkle es, quizás, la investigadora que más ha profundizado en el condicionamiento que las nuevas tecnologías están provocando en las identificaciones. En *Alone Together*, Turkle estudia las consecuencias de los nuevos dispositivos electrónicos y de los entornos virtuales en la relaciones sociales y afirma que la actual cultura de la simulación está redibujando las fronteras entre la intimidad y la soledad.⁹⁴ Es así como debemos entender que los sujetos están cada vez más conectados

⁹² *Ibidem*.

⁹³ K. Bessière *et al.* (2007) “The Ideal Self.” *Cyberpsychology and Behavior*, 10(4), 530-535.

⁹⁴ S. Turkle (2011) *Alone Together*. Nueva York, NY: Basic Books, p. 11.

con los demás, pero a la vez cada vez más solos, como sugiere la investigadora. De hecho, aunque parezca que los participantes de un foro o red social comparten un mundo virtual, en el fondo, cada uno está solo en su mundo. En ocasiones, el vínculo emocional establecido entre los internautas entraña riesgos psicológicos, ya que los sujetos se sienten menos responsables ante las respuestas de los demás y establecen relaciones muy flexibles donde el *otro* es tratado como un mero objeto al servicio del *yo*. Sin embargo, se ha manifestado que las nuevas tecnologías y, en especial, las redes sociales amplían las necesidades socializadoras incrementando el número de relaciones y la flexibilidad de las mismas.⁹⁵ De hecho, algunos estudios han evidenciado que incluso algunos sujetos pueden llegar a socializar mejor.⁹⁶ No entraremos aquí en el debate sobre las consecuencias positivas o negativas de Internet en la socialización ya que consideramos que sería prematuro hacer ninguna predicción al respecto. No obstante, creemos que Sherry Turkle está en lo cierto al afirmar que la adopción y creación de personajes electrónicos está contribuyendo a una reconsideración general de las nociones tradicionales de identidad.⁹⁷ Esta cuestión es de enorme importancia para nosotros y volveremos a ella a lo largo de los próximos apartados. Pongamos también de manifiesto que la participación en entornos virtuales no tiene nada que ver con la recepción mediática en un sentido tradicional. De hecho, en el ciberespacio los usuarios crean personajes y viven situaciones virtuales en primera persona adoptando diversas versiones alternativas de su *yo*.⁹⁸ En este mundo virtual, caracterizado, principalmente, por la simultaneidad, la inmediatez, la multiplicidad y la flexibilidad, las fronteras entre el *yo* real y el imaginario son infranqueables. Aquí, la conectividad permanente, la anonimidad y las nuevas formas de intimidad ofrecen nuevas posibilidades para experimentar con el *yo*.⁹⁹

⁹⁵ P. DiMaggio *et al.* (2001) "Social Implications of the Internet." *Annual Review of Sociology*, 27(1), 307-336.

⁹⁶ M. S. Sheeks y Z. P. Birchmeier (2007) "Shyness, Sociability and the Use of Computer-mediated Communication in Relationships Development." *CyberPsychology and Behaviour*, 10(1), 64-70.

⁹⁷ S. Turkle (1997) *op. cit.*, p. 327.

⁹⁸ Cf. O. H. Gandy Jr. (2000) "Exploring Identity and Identification in Cyberspace." *Notre Dame Journal of Law, Ethics and Public Policy*, 14(2), 1085-1111.

⁹⁹ Cf. G. P. Long (1994) "Who Are You?" *University of Pittsburgh Law Review*, 55, Pittsburgh,

7.5.1. De la intimidad a la extimidad

La socióloga madrileña Helena Béjar escribió en los 90 que la sociedad contemporánea se caracteriza por una primacía de lo íntimo, que surge como consecuencia del declive que el dominio público experimentó durante el siglo XIX, tal y como anunció Richard Sennet.¹⁰⁰ Recordemos que el sociólogo pragmatista había pregonado las consecuencias destructivas que podría conllevar una sociedad que estimulase demasiado la naturaleza íntima de sus miembros. De hecho, la pérdida de sentido de lo social y la primacía de lo subjetivo, en su opinión, llegarían a provocar la ruptura de los vínculos sociales y la ‘muerte’ del espacio público.¹⁰¹ Si bien está fuera de nuestro alcance determinar si esta profecía se ha cumplido, no obstante, podemos afirmar que el creciente individualismo moderno, que nació con la democracia, según Alexis de Tocqueville, ha inducido a los sujetos a preocuparse, por encima de todo, de sí mismos y a abandonar paulatinamente el espacio público.¹⁰² En este contexto, la creciente importancia otorgada a la noción de personalidad y el auge de los valores hedonistas y psicologistas han sido, quizás, los motores de una nueva era centrada en el sujeto y en las identidades. Como describió Gilles Lipovestky en *La era del vacío*, los procesos de personalización y particularización de los grupos e individuos evidencian una constante búsqueda de la propia identidad.¹⁰³ En palabras de Béjar: “El proceso de personalización, la democratización del ideal de ‘persona’, la búsqueda de la autorrealización, etc., son formas diferentes de hacer referencia a la ascensión de un modo de vida centrado en lo privado”.¹⁰⁴ Ahora bien, no podemos perder de vista que las redes sociales y el uso de Internet, en general, están modificando las fronteras entre lo privado y lo público, dando lugar a nuevas formas de intimidad, como veremos a continuación.

PA, 1177-1213; R. Whitaker (1999) *The End of Privacy*. Nueva York, NY: The New Press.

¹⁰⁰ Cf. R. Sennett (1978) *El declive del hombre público*. Barcelona: Península.

¹⁰¹ Véase también los interesantes trabajos de Manuel Delgado: (1999) *El animal público*. Barcelona: Anagrama. (2002) *Disoluciones urbanas*. Medellín: Universidad de Antioquía.

¹⁰² Cf. A. Tocqueville (2007) *De la democracia en América*. Madrid: Akal.

¹⁰³ G. Lipovetsky (1983) *La era del vacío*. Barcelona: Anagrama, p. 8.

¹⁰⁴ H. Béjar (1990) *op. cit.*, p. 202.

Para nosotros, la intimidad no debe confundirse ni con la interioridad ni con la privacidad. En su Teoría de la intimidad, el psiquiatra Carlos Castilla del Pino esclarece bien esta problemática. A su juicio, las actuaciones humanas pueden ser íntimas, privadas o públicas. Dichas acciones son calificadas no por lo que representan, sino por el escenario o el contexto social en el que tienen lugar.¹⁰⁵ Las actuaciones íntimas pueden ser comunicadas, por tanto, aunque no por ello habrían de convertirse en públicas; o por el contrario silenciadas, y no por ello habrían de ser privadas o encontrarse aisladas de su acontecer social y de su necesidad de encuentro recíproco con otros. De hecho, tal y como afirma el filósofo José Luis Pardo, “no hay más intimidad que la compartida”.¹⁰⁶ A la luz de estas propuestas, la intimidad es, ante todo, un espacio donde confluyen los diferentes fragmentos del *yo* de una forma más libre. Se trataría, como ha expresado Castilla del Pino, de experimentar los *yos* liberados de controles externos y compensar así la enorme tensión que supone la defensa ególatra que requiere toda acción pública.¹⁰⁷ En la intimidad, el *yo* puede –o cree poder– relajarse y mostrar todas sus facetas posibles, por incongruentes que parezcan, sin miedo a ser rechazado por el grupo social o el marco donde el individuo se inserta. De manera que las actuaciones íntimas pueden convertirse en privadas o públicas, según su codificación discursiva.

En este sentido, el ámbito mediático se convierte en un contexto donde lo íntimo suele manifestarse de forma incontrolable. Como puntualiza Del Pino: “Es frecuente en la actualidad que en un escenario hiperpúblico, como el que construye un plató de televisión, el sujeto pueda ser conducido inevitablemente a verbalizar su intimidad”.¹⁰⁸ Algo parecido ocurre en programas como Gran Hermano o en cualquier foro, blog o comunidad virtual donde los sujetos expresan aspectos de su intimidad sin limitaciones, prejuicios o vergüenza. A este respecto, el psiquiatra Serge Tisseron propone el neologismo ‘extimidad’, con el que se refiere a las nuevas formas de intimidad que se dan, por ejemplo, en los entornos mediáticos. Con este

¹⁰⁵ C. Castilla del Pino (1996) “Teoría de la intimidad.” *Revista de Occidente*, 182-183, 15-31.

¹⁰⁶ J. L. Pardo (1996) *La intimidad*. Valencia: Pre-textos, p. 145.

¹⁰⁷ C. Castilla del Pino (1996) “art. cit.”.

¹⁰⁸ *Ibíd.*

concepto, que nada tiene que ver con la definición lacaniana, el autor hace alusión a la exposición por parte de los sujetos de su vida íntima, tanto física como psíquica.¹⁰⁹ No obstante, tal y como han sugerido tanto Castilla del Pino como él mismo, esta puesta en escena de la intimidad no se puede tachar de exhibicionista, ya que en muchas ocasiones responde a una “imperiosa necesidad de comunicar lo que hasta entonces no se pudo, y el sujeto se deja atrapar, ingenuamente en la manipulación que supone el simulacro de la confidencia”.¹¹⁰ Además, la extimidad es clave para construir las propias identificaciones, pues permite a las personas exteriorizar ciertos elementos de su vida e interiorizarlos de una forma más rica, gracias a las respuestas de los demás, como ha sugerido Tisseron. Así planteado, el individuo no se muestra ante los demás para compartir algo con ellos, sino para verse reflejado en ellos y reafirmar su propia yoidad, hecho que, sin duda, nos recuerda a una figura central en el pensamiento de Freud: Narciso.

7.5.2. Un narcisismo radical

Pero no sólo el padre del psicoanálisis utilizó esta imagen para definir sus teorías sobre la personalidad; otros destacados investigadores también lo han empleado para describir tendencias generales que pueden afectar a toda una cultura o sociedad. A finales de los 70, Christopher Lasch estudió a fondo esta figura en la que fuera su obra más conocida: *La cultura del Narcisismo*. El historiador estadounidense enfatizó en el componente patológico de este nuevo sujeto colectivo en busca de seguridad y bienestar, cuyo sentido del yo depende de la validación de los *otros*.¹¹¹ Además también puso de manifiesto la incidencia de la sociedad del espectáculo en el creciente repliegue del sí y en la constante preocupación por el yo.¹¹² Algunos años más tarde, Gilles Lipovetsky también analizó las consecuencias del creciente proceso de personalización social y categorizó al hombre posmoderno como un sujeto introspectivo, individualista y consumista, preocupado por su realización

¹⁰⁹ S. Tisseron (2001) *L'intimité surexposée*. París: Hachette.

¹¹⁰ C. Castilla del Pino (1996) “art. cit.”.

¹¹¹ Ch. Lasch (1991) *The Culture of Narcissism*. Nueva York, NY: Norton, p. 50. (T. d. A.).

¹¹² Ch. Lasch (1991) *op. cit.*, p. 239.

personal y por la obtención de placer a toda costa.¹¹³ No obstante, dos décadas después, en *Los tiempos hipermodernos*, el filósofo y sociólogo francés advierte del fin del hedonismo de los ochenta. A su juicio, la euforia posmoderna ya no es la misma que era anteriormente y el espíritu de la época actual se caracteriza por el aumento de la inquietud ante un porvenir lleno de incertidumbres y de riesgos.¹¹⁴ Como ha manifestado la socióloga uruguaya, Ana María Araújo, en la hipermodernidad, el desempleo, la preocupación por la salud, las crisis económicas y un largo sinfín de virus que provocan ansiedad individual y colectiva se han introducido en el cuerpo social.¹¹⁵ A la luz de estos planteamientos el nuevo Narciso es más responsable, organizado y eficaz, y está más obsesionado por uno mismo: no ya en la fiebre del goce, como diría Lipovetsky, sino en el miedo a la enfermedad y la vejez.¹¹⁶ Este nuevo sujeto, preocupado por su cuerpo y descontento con su entorno, es el usuario de las redes sociales, que se inserta en diferentes ambientes virtuales como un actor con diversas máscaras para evadirse de la realidad en la que se encuentra. No obstante, no podemos perder de vista que aunque la participación *on-line* permita establecer formas de identificación recíprocas más libres, en este espacio no está exento de riesgos, ya que los individuos carecen de obligaciones, y la distancia opera como un reductor de complejidad y responsabilidad.¹¹⁷ Asimismo, el sujeto construye una multiplicidad de personajes que le permiten interactuar en estos entornos como veremos a continuación.

7.5.3. Un sujeto multidimensional

Uno de los elementos más interesantes a este respecto es la posibilidad que tienen los individuos de reformular sus identificaciones o categorizaciones

¹¹³ Cf. G. Lipovetsky (2003) *Metamorfosis de la cultura liberal*. Barcelona: Anagrama; y (1990) *El Imperio de lo efímero*. Barcelona: Anagrama.

¹¹⁴ G. Lipovetsky (2006) *Los tiempos hipermodernos*. Barcelona: Anagrama, p. 75.

¹¹⁵ A. M. Araújo (2008) *El sujeto y el tiempo en la hipermodernidad*. Montevideo: CCE.

¹¹⁶ G. Lipovetsky (2003) *op. cit.*, p. 27.

¹¹⁷ Para profundizar en la extimidad mediática cf. A. Casilli (2010) *Les liaisons numériques*. París: Seuil.

creando versiones virtuales de sí mismos.¹¹⁸ A pesar de que algunos investigadores consideran que las identificaciones virtuales tienden a la estabilidad,¹¹⁹ apoyamos la perspectiva de Sherry Turkle según la cual Internet ha contribuido a pensar en la 'identidad' en términos de multiplicidad.¹²⁰ En esta exposición no podremos entrar muy a fondo en el debate en torno a las posibilidades y limitaciones que ofrece el ciberespacio. No obstante, resulta bastante evidente que la realidad virtual ofrece la oportunidad a sus usuarios de crear nuevas y variadas identificaciones. En Internet las personas son capaces de construir un *yo*, mientras merodean por muchos *yos*.¹²¹ En muchas ocasiones estas imágenes o proyecciones están idealizadas o carecen de defectos.¹²² Precisamente aquí, la juventud y la belleza se convierten en atributos gracias a los cuales los sujetos pueden llegar a establecer relaciones sentimentales virtuales que no tendrían en la vida real.¹²³ La adopción de personajes múltiples permite a los usuarios conocer sus 'verdaderos' *yos* experimentando y jugando con diferentes personajes.¹²⁴

Algunos investigadores no han dudado en afirmar que la anonimidad es, también, una de las características que favorece el juego con los *selves* y el encuentro del verdadero *yo*, ya que los límites y las fronteras morales entre los sujetos desaparecen. Según Luc Pauwels, en los entornos virtuales las personas revelan una información más válida que en el cara a cara, ya que la anonimidad hace que su conducta no sea impugnada directamente, por ejemplo.¹²⁵ En este sentido, Internet facilita la autorrevelación¹²⁶ de un *yo* más libre y sin prejuicios, como ya hemos sugerido; y se crea así, un entorno

¹¹⁸ Cf. P. DiMaggio *et al.* (2001) "art. cit."

¹¹⁹ Cf. H. Kennedy (2006) "Beyond Anonymity, or Future Directions for Internet Identity Research." *New media and Society*, 8(6), 859-876.

¹²⁰ S. Turkle (1997) *op. cit.*, p. 226.

¹²¹ *Ibidem*.

¹²² D. E. Aguilar y E. Said (2010) "Identidad y subjetividad en la redes sociales virtuales." *Zona próxima*, 12, Barranquilla, p. 192. Cf. K. Bessière *et al.* (2007) "art. cit."

¹²³ S. Turkle (2011) *op. cit.*, p. 218. Cf. K. Bessière *et al.* (2007) "art. cit."

¹²⁴ B. Simpson (2005) "Identity Manipulation in Cyberspace as a Leisure Option." *Information and Communications Technology Law*, 14(2), 115-131.

¹²⁵ L. Pauwels (2005) "Websites as Visual and Multinodal Cultural Expressions." *Media, Culture and Society*, 27(4), p. 605.

¹²⁶ P. M. Valkenburg *et al.* (2005) "Adolescents Identity Experiments on the Internet." *New Media and Society*, 7(3), 383-402.

de comunicación más auténtico donde poder expresarse sin límites. El inconveniente aquí es, sin duda, la veracidad o la correspondencia entre los usuarios reales y los virtuales.¹²⁷ De hecho, valdría la pena preguntarse: ¿Dónde acaba la vida real y empieza la virtual? Como han subrayado Daniel Aguilar y Elías Said: “El nuevo Yo virtual que aparece y toma vida en las redes sociales virtuales es un reflejo idealizado, por decirlo de alguna manera, del Yo no-virtual”.¹²⁸ Y es que en los entornos virtuales es posible ser quien se desea ser o, mejor aún, presentarse a los demás como uno desearía ser. Así podríamos hablar de un tipo de sujeto bidimensional, donde el virtual retroalimenta al no-virtual y viceversa, o lo que es lo mismo, de una “erosión entre las fronteras entre lo real y lo virtual, lo animado y lo inanimado, el yo unitario y el yo múltiple”.¹²⁹ Como han subrayado Aguilar y Said: “Si algo afecta al sujeto en el espacio no-virtual, ello se verá reflejado en el espacio virtual, dado que el individuo encontrará mecanismos para liberarse en el espacio virtual, el cual le resulta, quizás, más seguro”.¹³⁰

Helen Kennedy también ha subrayado que las identificaciones en línea son una continuación de las *off-line* y no tanto versiones reconfiguradas de las subjetividades de la vida real.¹³¹ De ahí que sea necesario integrar los diferentes espacios donde el sujeto se identifica para poder comprender el alcance de las figuras creadas en el mundo virtual. De lo que no cabe duda es que este tipo de prácticas tiene una gran incidencia en los procesos de socialización e interacción,¹³² ya que tanto el sujeto virtual como el no-virtual se complementan y se desarrollan juntos. Una de las consecuencias más evidentes del establecimiento de nuevas redes sociales es la capacidad del sujeto de crear un segundo ser o diversas identidades para establecer

¹²⁷ Cf. R. Kling (1996) “Synergies and Competitios between Life in Cyberspace and Face to Face Communities.” *Social Science Computer Review*, 14(1), 50-54; A. N. Markham (1998) *Life Online*. Walnut Creek, CA: Altamira Press; J. A. Bargh *et al.* (2002) “Can You See the Real Me?” *Journal of Social Issues*, 58(1), 33-48; Z. Papacharissi (2005) “The Real-virtual Dichotomy in Online Interaction” en P. J. Kalbfleisch (ed.) *Communication Yearbook*, 29. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, pp. 215-238.

¹²⁸ D. E. Aguilar y E. Said (2010) “art. cit.”, p. 201.

¹²⁹ S. Turkle (1997) *op. cit.*, p. 16.

¹³⁰ D. E. Aguilar y E. Said (2010) “art. cit.”, p. 199.

¹³¹ H. Kennedy (2006) “art. cit.”.

¹³² S. Turkle (2005) *op. cit.*; y (1999) “Identity and Cyberspace.” *Contemporary Sociology*, 28(6), 643-648; S. B. Kiesler *et al.* (1984) “Social Psychological Aspects of Computer-mediated Communications.” *American Psychologist*, 39(10), 1123-1134.

contacto con otras personas, sobrepasando las barreras de tipo geográfico, cultural o lingüístico.¹³³ Asimismo, se fortalecen redes existentes o se reconstruyen vías alternativas que habían perdido su conexión por causa de las limitaciones geográficas y espaciales.¹³⁴ Además, el sujeto no solo tiene la oportunidad de reformularse o autocuestionarse frente a sí mismo, sino también frente a otros.

Algunos investigadores han puesto de manifiesto que la presentación del *self* en los entornos virtuales es un aspecto crucial en la exploración de la identidad,¹³⁵ ya que permite a los sujetos interiorizar los aspectos presentados.¹³⁶ De manera que se producen desplazamientos entre el personaje construido y la persona real, dando lugar a fusiones entre el avatar y el *yo*. En muchos casos, la autopresentación *on-line* simplemente refuerza aspectos del concepto de sí o de la identidad social, pero en otros es referida a aspectos totalmente novedosos para el sujeto en cuestión.

Las investigadoras Silvia Tabachnik, Susannah R. Stern o Zizi Papacharissi han estudiado el modo en que los sujetos se autopresentan y han llegado a conclusiones muy similares. A saber que los blogs son lugares donde se pueden expresar elementos significativos de la personalidad. El diseño de las páginas, las imágenes y links son expresiones indirectas del *self* que comunican un estilo o forma de ser.¹³⁷ Además, tal y como han señalado Elizabeth Mazur y Lauri Kozarian, muchas de las experiencias virtuales pueden satisfacer la necesidad de los sujetos de conversar o mantener una relación tanto con personas cercanas como con desconocidas.¹³⁸ Como es bien sabido, al entrar en algunos entornos virtuales los usuarios deben elegir un nombre, una etiqueta sexual, una descripción física o, lo que es lo mismo,

¹³³ S. B. Kiesler *et al.* (1984) "art. cit."

¹³⁴ D. E. Aguilar y E. Said (2010) "art. cit.", p. 202.

¹³⁵ E. Mazur y L. Kozarian (2010) "Self-Presentation and Interaction in Blogs of Adolescents and Young Emerging Adults." *Journal of Adolescent Research*, 25(1), p. 124; D. S. Bortree (2005) "Presentation of Self on the Web." *Education, Communication and Information Journal*, 5(1), 25-39.

¹³⁶ A. L. Gonzales y J. T. Hancock (2008) "Identity Shift in Computer Mediated Environments." *Media Psychology*, 11(2), 167-185.

¹³⁷ S. R. Stern (2002) "Virtually Speaking." *Women's Studies in Communication*, 25(2), 223-253; y Z. Papacharissi (2002) "The Presentation of Self in Virtual Life." *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 79(3), 643-660.

¹³⁸ E. Mazur y L. Kozarian (2010) "art. cit.", p. 126.

configurar un avatar. Tal y como ha expresado Arlindo Machado: “El avatar se puede considerar como una especie de máscara, que se puede poner y sacar, como en el carnaval, para componer múltiples identidades y asumir nuevos papeles, muchos de ellos no aceptados ni por la sociedad ni por el mismo enmascarado”.¹³⁹

Para Machado, la máscara representada por el avatar cumple un papel más específicamente psicoanalítico que político: expresa una necesidad de dar cabida a identidades múltiples y muchas veces reprimidas.¹⁴⁰ No podemos olvidar que en los entornos virtuales, el avatar es nuestra completa autorrepresentación.¹⁴¹ El avatar puede ser un seudónimo en su expresión mínima o un ejercicio de elaboración literaria más complejo. Para la investigadora Silvia Tabachnik, esta figura es el producto de un doble trabajo imaginario, donde entran en juego la palabra escrita –invención de rasgos descriptivos y narrativos– y la figuración icónica, “como lugar de sustituciones metafóricas y de deslizamientos metonímicos”.¹⁴² A nuestro juicio, no existe ningún lugar donde las transformaciones del *self* sean más flexibles. Como hemos evidenciado, Internet nos permite ser otros diferentes a los que somos, pero también nos permite ser nosotros mismos.¹⁴³ De manera que el aspecto más relevante de la creación y el uso de estas figuras virtuales es que nos ayudan a explorar el *yo* de un modo más libre. Como ha subrayado Sherry Turkle en *Alone Together*, las personas pueden utilizar un avatar como un ensayo para la vida real, de manera que equilibran en gran medida el personaje y la persona. Incluso hay personas que crean tres o cuatro avatares para tener la experiencia de jugar con diferentes aspectos del *self*, tales como el género o la edad.¹⁴⁴

¹³⁹ A. Machado (2009) *op. cit.*, pp. 195-196.

¹⁴⁰ A. Machado (2009) *op. cit.*, p. 196.

¹⁴¹ N. Yee y J. Bailenson (2007) “The Proteus Effect.” *Human Communication Research*, 33(3), p. 272.

¹⁴² S. Tabachnik (2007) “Retratos secretos.” *Revista Latina de Comunicación Social*, 62, Tenerife, 1-12.

¹⁴³ Cf. H. DiMarco (2003) “The Electronic Cloak” en Y. Jewkes (ed.) *Dot.cons.* Cullompton: Willan Publishing, pp. 53-67; y K. F. Aas (2006) “‘The body Does Not Lie’.” *Crime Media Culture*, 2(2), 143-58.

¹⁴⁴ Cf. S. Turkle (2011) *op. cit.*

Ahora bien, tal como expresamos anteriormente, la línea divisoria entre el juego identitario –la manipulación de las identificaciones para promover una imagen del *self* concreta o para influir en la imagen que los *otros* tienen de *nosotros*– y el fraude no está muy clara.¹⁴⁵ El potencial para la manipulación del *yo* y de los *otros*, o para la creación de máscaras identitarias diversas, se entrelaza con la llamada incorporeidad de los usuarios, que ya no son retenidos por el cuerpo material, como recuerda Lieve Gies, sino que pueden vivir cualquier fantasía corporal¹⁴⁶ o experiencia sentimental, más allá de las limitaciones personales o sociales.

7.6. LA CONSTRUCCIÓN DEL NOSOTROS Y DEL ELLOS

Para terminar este apartado, exploraremos cómo los medios condicionan la configuración de dos imágenes esenciales para la construcción de las identificaciones. Como ya anunciamos al comienzo de esta tesis, los medios de comunicación muestran imágenes recurrentes sobre quiénes somos y sobre quiénes son los *otros*. Así, proporcionan marcos de referencia, pertenencia y exclusión que permiten categorizar, comparar y evaluar a los grupos circundantes. Es importante expresar de antemano que en todas las categorizaciones se hacen diferencias entre el endogrupo y los exogrupos con los que aquél se compara o contrasta.¹⁴⁷ De modo que el individuo reconoce su adscripción grupal en términos socialmente definidos mediante procesos de inclusión o exclusión. A la luz de los retratos ofrecidos por los medios unos grupos podrán admirar y respetar a otros o, por el contrario, ignorarlos o, incluso, rechazarlos. Basta pensar en la persecución que muchos musulmanes padecieron tras el 11-S o en el rechazo que sufren muchas personas por el simple hecho de ser gitanas. Pero veamos cómo funcionan estos procesos de categorización, que hacen que los individuos estructuren y simplifiquen el entorno social. Tal y como ha precisado Henri Tajfel, este proceso es más relevante de lo que parece. De hecho, en sus palabras:

¹⁴⁵ L. Gies (2009) “art. cit.”, p. 315.

¹⁴⁶ L. Gies (2009) “art. cit.”, p. 314.

¹⁴⁷ H. Tajfel (1984) *op. cit.*, p. 292.

“El mantenimiento de un sistema de categorías sociales adquiere una importancia que va más allá de la simple función de ordenamiento y sistematización del medio ambiente. Representa una fuerte protección del sistema de valores sociales existentes, y cualquier ‘equivocación’ cometida es una equivocación en la medida en que pone en peligro ese sistema”.¹⁴⁸

Así planteado es más que evidente que las categorizaciones sociales propuestas por los medios perpetúan el discurso hegemónico y mantienen el orden establecido. A continuación, trataremos de describir el modo en que los medios influyen en las categorizaciones realizadas por los sujetos. La llamada ‘identidad social’, como vimos en el capítulo III, forma parte del autoconcepto del sujeto e implica a su vez, como ha mencionado el antropólogo Ángel Aguirre, “el conocimiento de pertenencia a uno o varios grupos sociales, la valoración de esa pertenencia y el significado de la misma”.¹⁴⁹ A luz de la teoría de la identidad social propuesta por Tajfel, los componentes clave de este proceso son: 1) Cognitivos, ya que implican un conocimiento de pertenencia. 2) Evaluativos, puesto que la noción de pertenencia puede tener una connotación valorativa positiva o negativa. Y 3) Emocionales, ya que los dos procesos anteriores pueden ir acompañados de emociones hacia el propio grupo o hacia grupos que mantienen ciertas relaciones con él.¹⁵⁰ En definitiva, el conocimiento de pertenencia junto con la significación emocional y valorativa “sólo puede definirse a través de los efectos de las categorizaciones sociales que segmentan el medio ambiente social de un individuo en su propio grupo y en otros grupos”.¹⁵¹

Si bien el sentimiento de pertenencia está muy relacionado con una variedad de creencias, valores o actitudes, no podemos olvidar que las narrativas mediáticas son clave en la configuración de las identificaciones. De hecho, ser miembro de una comunidad religiosa, política o étnica, hoy en día, puede ir más allá de la mera experiencia interpersonal y configurarse, en algunos casos, de forma mediática.¹⁵² Así, tener un estilo de vida determinado

¹⁴⁸ H. Tajfel (1984) *op. cit.*, p. 183.

¹⁴⁹ A. Aguirre Baztán (1997) *op. cit.*, p. 47.

¹⁵⁰ H. Tajfel (1984) *op. cit.*, p. 264.

¹⁵¹ H. Tajfel (1984) *op. cit.*, p. 296.

¹⁵² M. D. Slater (2007) “art. cit.”, pp. 290-291.

o pertenecer a una determinada tribu urbana no solo significa ser, pensar o comportarse de un modo dado en la arena pública, sino consumir determinados productos identificativos o participar en determinadas redes sociales o foros virtuales. De este modo, el sentimiento de pertenencia se ve potenciado gracias a determinadas experiencias mediáticas que unen a los miembros de una comunidad trascendiendo el espacio y el tiempo. Estamos pensando en comunidades globales o redes sociales que unen a sujetos de todo el mundo, por ejemplo. El concepto de “comunidad virtual” es útil en este sentido y es utilizado habitualmente para describir la formación de colectividades sociales vía Internet.¹⁵³ Nancy Baym describe un sentimiento de pertenencia al grupo similar al que se forma a través del discurso de las comunidades virtuales.¹⁵⁴ Esta dimensión mediática puede incluir desde la recepción de los mismos textos, periódicos, programas de radio o televisión, o la participación en determinadas páginas webs, blogs o foros.¹⁵⁵ Sin embargo, no podemos olvidar que, precisamente, Internet propicia formas de adhesión múltiples y relativamente débiles donde el sujeto puede transitar, modificar o cambiar de grupo cuando y donde quiera, sin preocuparse por las relaciones reales. De modo que, más que categorías de pertenencia, el sujeto configura grupos de referencia con los que se relaciona o aspira a relacionarse psicológicamente, como vimos en el apartado 3.2.1. Estas ‘comunidades de guardarropa’,¹⁵⁶ si utilizamos la acepción de Bauman, o ‘identidades sociales puntuales’,¹⁵⁷ en palabras de Íñiguez, se caracterizan por la inmediatez y por la liquidez. Y más que ser adquiridas poco a poco, son adoptadas eventual y fugazmente en función de las circunstancias.

¹⁵³ S. Jones (1997) *Virtual Culture*. Londres: Sage.

¹⁵⁴ N. K. Baym (2000) *Tune in, Log on*. Thousand Oaks, CA: Sage.

¹⁵⁵ Cf. J. R. Abrams *et al.* (2003) “The Effects of Television on Group Vitality” en P. J. Kalbfleisch (ed.) *Communication Yearbook*, 27. Mahwah, NJ: Erlbaum, pp. 193-219; S. A. Reid *et al.* (2004) “A Social Identity Model of Media Usage and Effects.” *Zeitschrift für Medienpsychologie*, 16(4), 17-25; y J. Harwood (1999) “Age Identification, Social Identity Gratifications, and Television Viewing.” *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 43(1), 123-136.

¹⁵⁶ Véase capítulo II, nota 159.

¹⁵⁷ Véase capítulo III, nota 21.

El concepto de 'comunidades interpretativas', acuñado por Stanley Fish en el ámbito de la crítica literaria¹⁵⁸ y reutilizado por Kim Schroder en el ámbito de las nuevas tecnologías, puede ser de utilidad a este respecto. Para este último, las comunidades interpretativas son ante todo interactivas, pues los repertorios interpretativos de un usuario aparecen como producto del lenguaje de una comunidad.¹⁵⁹ Ahora bien, no podemos olvidar que estas comunidades virtuales están basadas en la provisionalidad. De modo que para pertenecer a ellas no es preciso compartir rasgos estructurales con todos sus miembros o pasar ritos de iniciación para ingresar en el grupo. Aquí, tan solo es necesario el deseo de ser, como diría Foucault, o la autoafirmación temporal por parte del sujeto. Asimismo, los medios de comunicación y, especialmente, Internet pueden llegar a ayudar a descubrir la orientación sexual,¹⁶⁰ parte esencial de las identificaciones. La red es aquí propuesta como un lugar donde poder expresar los verdaderos sentimientos que algunos sujetos no son capaces de exponer en la vida real y como una vía de escape para evadirse así de circunstancias desfavorables. De manera que el sujeto puede hacer realidad lo imposible en la vida 'real'.

No obstante, además de suscitar un 'sentimiento común' (nosotros),¹⁶¹ los medios promueven imágenes sobre la alteridad, que son fundamentales para configurar las identificaciones. De hecho, del mismo modo que no existen sujetos extraculturales tampoco hay grupos sociales aislados respecto de otros grupos. Por lo tanto, como ha afirmado Tajfel, "los procesos que subyacen a las auto-comparaciones que cada grupo hace con otros grupos son cruciales para determinar la comprensión que de cada grupo tienen sus miembros".¹⁶² En una línea similar, Richard Jenkins ha manifestado que las identificaciones con los grupos sociales se construyen a través de sus fronteras,¹⁶³ es decir, en la comparación social que el individuo establece entre los grupos a los que pertenece y los otros grupos. Por ello,

¹⁵⁸ S. Fish (1980) *Is There a Text in This Class?* Cambridge, MA: Harvard University Press.

¹⁵⁹ K. C. Schroder (1994) "Audience, Semiotics, Interpretive Communities and the Ethnographic Turn in Media Research." *Media, Culture and Society*, 16(2), p. 345.

¹⁶⁰ M. L. Gray (2009) "Negotiating Identities/ Queering Desires." *JCMC*, 14(4), 1162-1189.

¹⁶¹ J. Curran (1998) "art. cit.", p. 201.

¹⁶² H. Tajfel (1984) *op. cit.*, p. 193.

¹⁶³ R. Jenkins (2004) *Social Identity*. Nueva York, NY: Routledge.

podemos afirmar que los procesos de identificación implican procesos de separación, negación o desidentificación. Como ya anunciamos, la construcción de la otredad permite reflexionar o delimitar el propio grupo. Al fin y al cabo, es el *otro* quien otorga o niega reconocimiento y es, a través de su mirada, que se forma, en gran medida, el *yo*. El reconocimiento de la alteridad mediática es algo que corresponde a la distancia que el espectador toma respecto de los sujetos observados. De modo que el encuentro mediático entre el *yo* y el *otro* está vinculado, directamente, con el punto de vista que adopta el receptor o el usuario.

En definitiva, el desarrollo de una cultura requiere la existencia de la alteridad. Los procesos de identificación implican establecer antagonistas, cuya realidad se interpreta y construye. Como es bien sabido, la mayoría de los productos mediáticos se nutren de las experiencias y de las historias ajenas. En estas piezas, pensemos en un informativo por ejemplo, el *otro* se convierte en el horizonte de observación y, algunas veces, –quizás las menos– en el agente que realiza la acción. El *otro* es citado, enmarcado, iluminado, revelado con la técnica de plano y contraplano. Asimismo, recortado y reducido a un espacio-tiempo limitado. En este contexto, el *otro* pierde su poder de significar, negar o establecer su propio discurso. Lo que nos lleva a afirmar que los medios construyen categorías de exclusión y hacen circular estereotipos acerca de grupos minoritarios o exogrupos, imágenes de otros países, conocimientos, sentimientos o comportamientos,¹⁶⁴ que tienen una influencia crucial en la vida cotidiana y estandarizan nuestras formas de pensar, actuar y relacionarnos con los demás grupos.¹⁶⁵ No obstante, hay una cuestión que no podemos pasar por alto, que es que la realidad mediática solo representa o hace alusión a un pequeño sector de la gran diversidad de la existencia humana, tal y como bien ha apuntado Kristen Harrison. Para ella, las representaciones mediáticas, y más quizás que ninguna las

¹⁶⁴ P. M. Greenfield (1984) *Mind and the Media*. Londres: Fontana Paperbacks, pp. 32-53.

¹⁶⁵ Para profundizar cf. C. W. Perdue *et al.* (1990) "Us and Them." *Journal of Personality and Social Psychology*, 59(3), 475-486.

televisivas, presentan una visión constreñida y simplificada de los atributos humanos.¹⁶⁶ De hecho, en sus palabras:

“Sólo las ocupaciones más emocionantes y dramáticas son representadas; los modelos y atletas profesionales abundan a pesar de que muchos jóvenes no conozcan a ninguno; la mayoría de los problemas que aparecen en televisión se resuelven (con éxito) recurriendo a la violencia en lugar de a otras alternativas posibles”.¹⁶⁷

Además, como es bien sabido, la gran mayoría de los personajes retratados son guapos, delgados o musculosos, mientras que las personas con los atributos contrarios son, generalmente, ignoradas o motivo de burla. Como han sugerido algunos investigadores las personas mayores están poco representadas,¹⁶⁸ tampoco lo están las de géneros, etnias o culturas no privilegiadas.¹⁶⁹ Lo que constituye una evidente forma de exclusión para muchos sujetos y colectivos. Patrizia Violi, por ejemplo, ha recordado lo importante que es la presencia o ausencia de determinados tipos de narraciones para la construcción de las subjetividades masculinas o femeninas. Así, en su opinión, los arquetipos universales han ayudado a los hombres a objetivar sus experiencias de masculinidad en un sentido clásico.¹⁷⁰ Por el contrario, tal y como ha sugerido la investigadora, las mujeres no han tenido a su disposición los mismos repertorios hegemónicos de historias y han tenido mayores dificultades para construir y desarrollar sus identificaciones sociales. Aquí, estriba el verdadero poder de la narratividad, capaz de legitimar los valores preponderantes. Precisamente, la ausencia de ciertas narrativas ha contribuido a invisibilizar las subjetividades de las mujeres, que aparecen relegadas a posiciones secundarias, convertidas en objetos y no en sujetos de la acción narrada. En definitiva, la invisibilización de determinadas realidades, actividades o personas sólo

¹⁶⁶ K. Harrison (2006) “art. cit.”, p. 266. (T. d. A.).

¹⁶⁷ *Ibíd.*

¹⁶⁸ Cf. J. D. Robinson y T. Skill (1995) “The Invisible Generation.” *Communication Reports*, 8, 111-119.

¹⁶⁹ Por ejemplo: B. S. Greenberg *et al.* (2002) “Minorities in the Mass Media” en J. Bryant y D. Zillmann (eds.) *Media Effects*. Mahwah, NJ: Erlbaum, pp. 333-351. Sobre la desigual representación de las mujeres en televisión, cf. D. Comas D’Argemir (2009) “art. cit.”.

¹⁷⁰ Cf. P. Violi (1992) “Gender, Subjectivity and Language” en G. Bock y S. James (eds.) *Beyond Equality and Difference*. Nueva York, NY: Routledge, pp. 164-176.

ayuda a reproducir la estructura hegemónica y, por tanto, son las figuras dominantes y privilegiadas las que más y mejor aparecen representadas.¹⁷¹

Algunos investigadores, han señalado que los estereotipos negativos sirven para incrementar la identidad del *self* de manera positiva.¹⁷² A esto responde que la exposición prolongada al discurso hegemónico de los medios pueda configurar redes asociativas favorables entre los distintos esquemas relativos y los diversos estereotipos grupales. Este tipo de vínculos se ven reforzados por la exposición repetida a estereotipos culturales a través de los medios de comunicación y las demás estructuras de acogida. Cuanto más cerrado sea el sistema comunicativo presentado en relación a una categorización social, más se identificarán sus miembros con él y verán con mayor hostilidad a los miembros de fuera.¹⁷³ Ahora bien, ¿por qué existe un favoritismo implícito por el grupo propio? Algunos investigadores han señalado que esta dinámica es consecuencia de los procesos de autocategorización y de comparación social que efectúan las personas en relación a los diferentes grupos.¹⁷⁴ Así se produce una acentuación de las similitudes entre el *self* y el endogrupo y un incremento de las diferencias entre el *self* y el exogrupo, tal y como han sugerido Jan E. Stets y Peter J. Burke.¹⁷⁵ Asimismo la autoestima también tiene un lugar fundamental¹⁷⁶ y es la que explica por qué una identificación muy intensa con el endogrupo está asociada con una tendencia a desarrollar actitudes positivas hacia el endogrupo y actitudes negativas hacia el exogrupo.¹⁷⁷ O lo que es lo mismo, las reacciones emocionales en relación a los estereotipos mediáticos son mayores cuando las personas tienen poca relación con los temas, lugares o

¹⁷¹ G. T. Fouts y K. Burgraf (2000) "Television Situation Comedies." *Sex Roles*, 42(9-10), 925-932.

¹⁷² Cf. J. Crocker y B. Major (1989) "Social Stigma and Self-esteem." *Psychological Review*, 96(4), 608-630; S. Fein y S. J. Spencer (1997) "Prejudice as Self-image Maintenance." *Journal of Personality and Social Psychology*, 73(1), 31-44.

¹⁷³ M. D. Slater (2007) "art. cit.", p. 293.

¹⁷⁴ M. A. Hogg y D. Abrams (1988) *op. cit.*

¹⁷⁵ J. E. Stets y P. J. Burke (2000) "art. cit.", p. 225.

¹⁷⁶ R. Brown y D. Capozza (2000) "Social Identity Theory in Prospect and Retrospect" en *Social Identity Processes*. Londres: Sage, p. 755. También, cf. M. B. Brewer (1999) "The Psychology of Prejudice." *Journal of Social Issues*, 55(3), 429-444.

¹⁷⁷ S. L. Gaertner *et al.* (1993) "The Common Ingroup Identity Model." *European Review of Social Psychology*, 4(1), 1-26; D. E. Mastro (2003) "A Social Identity Approach to Understanding the Impact of Television Messages." *Communication Monographs*, 70(2), 98-113.

los grupos sociales representados.¹⁷⁸ Por ello, algunos investigadores han demostrado que los estereotipos son más poderosos cuando el contacto interracial es mínimo,¹⁷⁹ por ejemplo, o cuando la identificación con el endogrupo se ve incrementada o radicaliza (fundamentalismos).

Así, cuanto más distancia haya con la realidad representada, mayor será la dependencia y la creencia en los discursos mediáticos. Por el contrario, es evidente que el contenido televisivo, por ejemplo, que contenga representaciones no estereotípicas y modelos positivos de relaciones interculturales reducirá, en gran medida, los prejuicios de sus receptores.¹⁸⁰ De este modo, el aumento de la diversidad de contenidos, temas, lugares o personajes derivaría en un sistema comunicativo más abierto¹⁸¹ y, por tanto, menos excluyente.

Llegados así al fin de nuestro análisis sobre la configuración mediática del *nosotros* y el *ellos*, se hace patente la afinidad que hay entre los procesos de identificación y la configuración de las creencias e imaginarios mediáticos. Podemos así afirmar que los símbolos, imágenes, mitos y relatos que circulan en los medios de comunicación permiten a los individuos y los grupos justificar sus modos de pensar, evaluar y categorizar a los demás. Ya en 1984 Henry Tajfel puso de manifiesto la necesidad de estudiar el vínculo entre la creación y la difusión de los mitos sociales y los procesos de influencia social que operan en la configuración de las relaciones intergrupales.¹⁸² Han pasado casi 30 años pero seguimos pensando que estudiar este vínculo es más que necesario. Sinceramente, después de haber realizado este breve recorrido, podemos concluir que la atención prestada a este tema no ha sido suficiente

¹⁷⁸ S. Ramasubramanian (2005, mayo) "Comparative Media Stereotyping." Comunicación presentada en la Conferencia anual de la ICA, Nueva York, p. 10.

¹⁷⁹ G. B. Armstrong *et al.* (1992) "TV Entertainment, News, and Racial Perceptions of College Students." *Journal of Communication*, 42(3), 153-176; y Y. Fujioka (1999) "Television Portrayals and African-American Stereotypes." *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 76(1), 52-75.

¹⁸⁰ Cf. S. B. Graves (1999) "Television and Prejudice Reduction." *Journal of Social Issues*, 55(4), 707-727;

A. Persson y D. Musher-Eizenman (1999) "The Impact of a Prejudice-Prevention Television Program on Young Children's Ideas About Race." *Early Childhood Research Quarterly* 18(4), 530-546. L. Shochat (2003) "Our Neighborhood." *Conflict Resolution Quarterly*, 21(1) 79-93.

¹⁸¹ M. D. Slater (2007) "art. cit.", p. 294.

¹⁸² H. Tajfel (1984) "Intergroup Relations, Social Myths and Social Justice in Social Psychology" en *The Social Dimension II*. Cambridge: Cambridge University Press, pp. 695-715.

o, quizás, no ha sido bien enfocado. Se puede ir aún más lejos: creemos que la clave de un sistema social más justo e igualitario se encuentra en manos de la que consideramos que es la estructura de acogida más poderosa en nuestros días: la *comediación*.

7.7. RECAPITULACIÓN

Al término de esta sumaria aproximación al tema desde la perspectiva comunicológica, querríamos afirmar que los medios juegan un papel fundamental en los procesos de identificación. Los cinco aspectos o líneas de investigación que hemos expuesto: construcción del sujeto; proceso de formación del *yo*; identificación con personajes mediáticos; creación de identificaciones en espacios virtuales y construcción del *nosotros* y el *ellos* no pretenden ser las únicas vías de aproximación al tema. Ahora bien, intentan ofrecer una panorámica lo suficientemente sistemática acerca de la relación entre los medios y las identificaciones. Esta exposición ha pretendido, por tanto, ofrecer una muestra del elenco de posibilidades que ofrece el estudio del condicionamiento de los medios de comunicación sobre los procesos de identificación.

Capítulo VIII

Conclusiones generales

Hasta aquí hemos explorado la relación dialéctica entre las narrativas mediáticas identitarias y los procesos de identificación. A pesar de que éste es el final de nuestra argumentación, somos conscientes de que nuestros análisis podrían ser aún más exhaustivos y de que aún quedan muchos interrogantes sin resolver. Esto se debe principalmente a que el tema estudiado no se agota aquí. No obstante, confiamos en que la exploración desarrollada servirá como estímulo para la discusión crítica y para futuras investigaciones teórico-empíricas. Además estamos seguros de que este viaje nos ha permitido enriquecer nuestro objeto de estudio, puesto que hemos traído un poco de luz a un terreno donde reinan las sombras.

De hecho, aunque pudiera pensarse que este no es más que otro estudio sobre la identidad, quisiéramos manifestar que no es así. En nuestro caso, además de realizar una exploración y una fundamentación sistemática del tema, hemos tratado de ofrecer un enfoque totalmente diferente. Es más, mientras realizábamos nuestras pesquisas hemos ido descubriendo que hay una total ausencia de diálogo entre las perspectivas y las disciplinas estudiadas. Y este es el motivo por el que hemos tratado de reunir todas estas voces y las hemos sometido a discusión desde nuestra humilde posición. En este sentido, es preciso argüir que el enfoque transdisciplinar planteado es el único que nos ha permitido profundizar en nuestro objeto de estudio. Más

generalmente, sostenemos que el análisis del vínculo entre los medios de comunicación y los procesos de identificación debe partir de presupuestos antropológicos, psicológicos, sociológicos y filosóficos. Esto no significa negar que los análisis puramente comunicativos resulten adecuados para desentrañar este fenómeno. Sugerimos, no obstante, que integrar los diferentes puntos de vista de las disciplinas propuestas es muy enriquecedor para obtener una imagen más completa y nítida del objeto en cuestión.

En contraste con algunas teorías posmodernas que se limitan a negar o deconstruir los conceptos estudiados, nosotros hemos tratado de sentar las bases y construir los cimientos para el desarrollo futuro de una hermenéutica de las mediaciones. Por ello, como es evidente, los aportes de la retórica y de la hermenéutica son clave en nuestro enfoque.

Valga añadir que las conclusiones que presentamos a continuación no son demostraciones en el sentido que ya anunciamos en la introducción de esta tesis. Además, como dijimos, nuestro ánimo ha sido el de plantear una dialéctica antidogmática y, por ello, en parte, resultaría incoherente –a la par que un tanto pretencioso– proponer una conclusión teórica incontestable o axiomática. Dado que las premisas y las hipótesis planteadas son de carácter débil o heurístico, no nos permitirán inferir resultados definitivos. En cambio, sí que nos ayudarán a mostrar los frutos de una reflexión sistemática de carácter teórico-comprensivo acerca de un proceso social y humano. Tal y como hemos ido reiterando a lo largo de la presente, consideramos que la heterogeneidad y la polifonía inherentes al *antrophos* imposibilitan analizarlo como si de una sustancia estática se tratase. Ahora bien, esto no quiere decir que no haya aspectos del ser que no permanezcan a pesar de los cambios. Aunque en los inicios de este proyecto pensábamos que no existían elementos constitutivos al ser, al fin de éste nos gustaría matizar que, desde nuestra perspectiva, la naturaleza humana es coincidencia de contrarios. Quizás, por ello, uno de los rasgos de las identificaciones es, como hemos ido desarrollando, continuidad en el cambio, si utilizamos la expresión de Lluís Duch.

La conclusión general de nuestro estudio es que existe una relación dialéctica o un movimiento de doble sentido entre los dos procesos

estudiados. Por una parte las narrativas mediáticas identitarias condicionan los procesos de identificación. Y, por otra, las identificaciones que los sujetos, los grupos y los colectivos sociales realizan también generan imaginarios identitarios. Si bien las teorías tradicionales de los efectos suelen focalizar en la influencia que ejercen los medios sobre las personas o los grupos, creemos preciso argüir que esta relación se produce también a la inversa. Es decir, las personas y los grupos, sobre todo los poderosos, también condicionan la configuración mediática de las identidades. Dado que este doble fenómeno es de gran amplitud, en la presente tesis hemos focalizado en el condicionamiento de los medios sobre las identificaciones principalmente. No obstante, la dialéctica que reivindicamos y, que seguiremos ampliando, trata de superar los movimientos unidireccionales, puesto que sólo ofrecen un aspecto o una visión de la problemática. De esta aserción general se derivan las siguientes:

1. Después de la exploración realizada podemos afirmar que no existen identidades inmutables ni sujetos naturales ajenos al contexto social ni a la comunicación mediática. Valga anunciar que esta propuesta es claramente antidogmática y antiesencialista. Esto no quiere decir que neguemos al sujeto o lo fragmentemos hasta su deconstrucción. De hecho, como ya hemos sugerido, sostenemos la existencia de una cierta unidad o continuidad que no tiene porqué ser homogénea o inmutable, que se encuentra sujeta a las múltiples transformaciones que se dan en el curso de la historia. Esta concepción general nos ha permitido comprender como los medios de comunicación condicionan todas las esferas de la experiencia compartida. A la luz de las propuestas de la antropología, la psicología social y la fenomenología, fundamentalmente, hemos ido concibiendo una triple concepción dialéctica sobre la identidad que podría ser planteada en los siguientes términos.

1.1. *Dialéctica entre el interior y el exterior.* A nuestro juicio, es necesario trascender tanto la visión interior del yo, que lo concibe como una sustancia interior, como la exterior, que lo reduce a su experiencia externa. En este sentido es fundamental tener en cuenta la socialidad y la historicidad

de la vivencia, además de su articulación cognitiva, volitiva y afectiva. El sujeto se halla, por tanto, entre la permanencia y la transformación y vive tanto en el interior como en el exterior, en el cuerpo como en la mente.

1.2. *Dialéctica entre lo individual y lo colectivo.* Dado que los sujetos nacen y viven en un mundo compartido no pueden ser extraculturales ni ahistóricos. Por ello es fundamental estudiarlos en relación a los contextos socioculturales en los que sienten, piensan y actúan. Por consiguiente planteamos una relación complementaria entre lo individual y lo colectivo, entre lo personal y lo social. El hecho de que el ser humano viva en un mundo compartido implica que la intersubjetividad y la reflexividad, es decir, que el encuentro con los *otros* es clave en la formación del *yo*.

1.3. *Dialéctica entre la identidad y la alteridad.* Las diferentes categorizaciones sociales y los grupos de pertenencia o referencia a los que los sujetos se adscriben en las diferentes circunstancias vitales, les permiten estructurar el mundo y otorgar significación a la igualdad y a la diferencia. La identidad se construye por oposición o en relación inversa a la alteridad. Así planteado, el *yo* es construido en relación al otro en una necesaria coimplicación recíproca.

2. Frente al término de identidad, planteado como algo singular, estático e inmutable, proponemos las nociones de procesos de identificación o identificaciones, que hacen alusión a la pluralidad, la movilidad y la transformación. Hemos llegado a la conclusión de que estos conceptos son mucho más apropiados para definir el modo en que los sujetos y los grupos se construyen y autodefinen y la manera en que se relacionan con la cultura mediática. Para nosotros, el elemento que otorga mayor validez a esta propuesta es su capacidad de expresar el carácter móvil y variable de las definiciones que realizan los sujetos en función de las múltiples situaciones en las que se insertan. Además estos procesos son eminentemente simbólicos, imaginativos y narrativos. Tal y como hemos planteado a lo largo de la presente tesis, el material que permite a los individuos y a los grupos hacerse inteligibles es simbólico. Pero, además, las identificaciones contienen gran cantidad de elementos imaginativos, puesto que se construyen en base a

la imaginación, los deseos, las proyecciones e, incluso, los afectos. En este sentido, lo que Paul Ricoeur llama identidad narrativa pone de manifiesto la cualidad relacional y la movilidad comunicativa de estos procesos. Al comienzo de esta investigación, no suponíamos que la hermenéutica podría ofrecer tantas claves comprensivas para abordar nuestro objeto de estudio. De hecho nuestra concepción del sujeto se deriva, principalmente, del espacio otorgado a la narratividad por la misma. Es más, sólo en la medida en que los sujetos se narran y se 'teatralizan', pueden adquirir autoconsciencia y configurar su yoidad, movimientos que están intensamente inspirados por la comunicación mediática. De ahí surge el sujeto como ente capaz de reformularse a sí mismo. En definitiva, el lenguaje, entendido como praxis existencial, es fundamental en los procesos de identificación. Esto se debe a que únicamente en la puesta en palabras, en diálogo con otros, el sujeto es capaz de identificarse. Tampoco suponíamos al iniciar este proyecto que el dialogismo será una de las claves de nuestra propuesta y que nos sería fundamental para describir los encuentros intersubjetivos entre los receptores y los personajes mediáticos, por ejemplo.

2.2. A su vez, consideramos que la sociedad, mediante sus estructuras de acogida o instituciones socializadoras, proporciona una serie de cauces, marcos o esquemas significativos que permiten a los individuos y a los grupos crear universos simbólicos comunes. Aquí, la fenomenología, el interaccionismo simbólico o la psicología social, nos han permitido comprender la cantidad de matices que ofrecen los marcos de referencia como estructuras mentales fundamentales para el funcionamiento de la sociedad y para la interpretación de las narrativas mediáticas. En este sentido, nos gustaría recalcar que los medios de comunicación configuran y vehiculan, en gran medida, estos marcos significativos o acervos simbólicos donde los sujetos se ubican. Valga mencionar que estos universos simbólicos se nutren de arquetipos o imágenes fundamentales que tienen gran poder sobre los procesos de identificación.

3. Los medios de comunicación proporcionan un aprendizaje social fundamental sobre hábitos, creencias, actitudes, motivos, normas, valores,

clave en la formación del sujeto. Todos estos elementos forman parte de un bagaje o acervo del conocimiento gracias al cual los individuos saben cómo interactuar y relacionarse con los demás. En la vida diaria, los sujetos adquieren roles y desempeñan papeles frente a los *otros* que tienen asociados una serie de significados y de expectativas relacionadas. Los medios tienen un papel clave en la circulación de estos significados socioculturales.

El estudio de la teatralidad, la ritualidad y la culturalidad, propiamente, nos ha abierto un campo de sugerencias para la comprensión de los procesos de identificación. De hecho, a la hora de representar papeles, los sujetos actúan frente a los *otros* como personajes y escenifican las diferentes facetas de su *yo*, como la dramaturgia social ha puesto de manifiesto. De manera que podemos considerar que los procesos de identificación son eminentemente teatrales. La ritualidad también es también un marco generador de sentido social, que permite a los sujetos aprender y cuestionar su posición en la sociedad. Los rituales ofrecen valores y creencias y configuran, por tanto, el mundo social compartido por los sujetos. Asimismo, tanto la recepción mediática como la participación en los entornos virtuales tienen un marcado carácter ritual.

4. Los medios se han convertido en la estructura de acogida fundamental de nuestra sociedad y configuran, en gran medida, la realidad compartida. Al comienzo de esta investigación suponíamos que la construcción de la realidad era eminentemente social. Sin embargo, los enfoques de tenor psicológico nos han permitido ampliar nuestra perspectiva y manifestar que el carácter psicológico y narrativo es fundamental. Asimismo, proponemos una visión dialéctica de la realidad que coimplique la facticidad objetivada y las significaciones subjetivas que la constituyen. A nuestro juicio, no existe, una fractura tal entre ambas categorías u órdenes, como se suele pensar. Además, los *media frames* contribuyen a la configuración y circulación de los acervos de conocimiento y los imaginarios colectivos, que forman y conforman la comprensión y vivencia de la realidad y su misma facticidad.

4.1. La noción de ‘imaginario’ reviste un interés especial, para nosotros, ya que pone de manifiesto el poder que las imágenes mediáticas ejercen en la sociedad. En ningún caso, suponíamos que estas teorías podrían alumbrar con tanta claridad nuestro objeto. A la luz de las diferentes propuestas estudiadas, el imaginario va más allá de la conciencia individual y tiene un alcance colectivo. Por ello, debe ser entendido en tanto conjunto de imágenes y relatos que configuran las creencias compartidas, las emociones y los sentimientos comunes. En este sentido, nos ha sorprendido no encontrar una teoría que explore o postule concretamente la existencia de un imaginario mediático. Para nosotros, este último posee una incidencia fundamental en la percepción de la realidad y en los pensamientos y sentimientos de los sujetos. En definitiva, creemos que este tipo de enfoques es fundamental para estudiar la dialéctica entre la configuración de las representaciones simbólicas y la percepción subjetiva de la realidad.

4.2. El concepto de ‘comunidades imaginadas’ de Benedict Anderson reviste también una importancia fundamental en nuestra propuesta. Cuando hace algunos años comenzamos a plantearnos nuestras primeras cuestiones acerca de los medios y la identidad, en ningún caso pensábamos que ésta pudiera ser imaginada por los propios sujetos o grupos representados. Creíamos que estas imágenes eran más poderosas en la percepción de la alteridad, pero nos hemos dado cuenta de que son fundamentales también en la configuración tanto de los grupos de pertenencia o referencia como de la propia yoidad.

5. A nuestro juicio, la lógica tradicional y el método hipotético-deductivo no son las mejores vías para comprender y resolver las aporías planteadas. Consideramos que los procesos de identificación deben ser entendidos a la luz de la logomítica, como forma de pensamiento y comprensión que permite coimplicar el *logos* y el *mythos*, el concepto y la imagen. Entendemos el mito como un recurso que ofrece criterios comprensivos a la búsqueda de sentido propia del ser humano. Asimismo, los discursos míticos, tal y como los discursos mediáticos, afectan a la sociedad, justifican y refuerzan la codificación de las creencias y construyen la opinión

compartida o *doxa*. En este sentido la prensa, la radio y la televisión, sobre todo, juegan un papel fundamental en la creación de las percepciones de la realidad cotidiana.

6. Para nosotros el paradigma narrativo tiene un alcance ontológico y epistemológico. La narrativa no es sólo la forma natural expresiva fundamental en la construcción de la experiencia humana y la subjetividad, sino que proporciona la base para las identificaciones. La narratividad es estructural y estructurante, y la configuración de la historia personal o grupal es el medio para acceder al conocimiento del sí o del grupo. Valga afirmar que, a nuestro juicio, la máxima expresión de la yoidad narrativa puede encontrarse en la biografía, entendida como expresión subjetiva de la 'unidad estable' del ser humano. Además, los sujetos tienen necesidad de conocer historias ajenas que son las que dan sentido a lo que sucede y otorgan significación a sus relaciones intersubjetivas. La narración y sus ingredientes fundamentales (temas, motivos, personajes, punto de vista...) aparecen como la base de la condición identificadora del ser humano y son el ingrediente principal de las piezas mediáticas. En este sentido, la temporalidad es una de las instancias que además de determinar la experiencia humana juega un papel fundamental en los procesos de identificación. Es necesario articular los tres tiempos como ya sugirió Agustín de Hipona, puesto que nos permiten comprender los procesos de identificación en relación a la vivencia (presente) el recuerdo (pasado) y la anticipación (futuro).

7. El estudio de las teorías de la memoria y de la tradición han sido dos campos teóricos que hemos descubierto a lo largo de esta tesis y nos han permitido profundizar en determinados aspectos de la dialéctica planteada que desconocíamos. Después de la exploración realizada, se nos plantea necesario coimplicar la memoria y el olvido, dos facultades que además de individuales son eminentemente colectivas. Y sin las cuales los procesos de identificación no podrían llevarse a cabo si quiera. Ahora bien, la memoria no puede ser limitada a un aspecto individual o grupal. Dado que esta es un fenómeno psicológico, social, comunicativo y cultural proporciona las bases

del sentimiento de grupo y coherencia a las identificaciones. Mediante esta matriz fundamental, los sujetos pueden adquirir su autoconsciencia o mismidad; compartir, reconocer o comunicar los acervos simbólicos comunes en función de los marcos culturales presentes en la sociedad. En este sentido, sostenemos la existencia de una memoria colectiva, como planteó Maurice Halbwachs, que está formada por normas, valores, imaginarios colectivos, mitos o proyecciones compartidas. Para nosotros, la cultura mediática promueve la exteriorización y la creación de la memoria bien sea individual o colectiva. Al mismo tiempo, proponemos la noción de memoria mediática para referirnos a aquella memoria compartida y generacional configurada por los medios. Esta memoria reproduce la culturalidad, y se basa en lo provisional y en lo espontáneo. Además es inestable ya que en su configuración influye la curiosidad, el interés y la trayectoria biográfica.

La tradición inspira los procesos de identificación puesto que los sujetos necesitan mantener referentes en relación a los cuales se identifican. Me identifico en relación con un horizonte de posibilidades instituido en gran medida por los medios. Además, los medios crean y proporcionan relatos tradicionales que satisfacen la necesidad heredera de los individuos y los grupos. De hecho, la fuerza narrativa y psicológica que aporta la tradición a la memoria cultural y a la proyección de identificaciones pone de manifiesto el poder simbólico del pasado y de los ancestros como institución poderosa capaz de delimitar en el presente las llamadas, convencionalmente, 'identidad' y 'alteridad'. De ahí su papel clave en los procesos de identificación que siempre transitan entre la permanencia (conservación cultural) y la transformación (ruptura con el pasado). En definitiva, sólo en tanto es narrada y recordada la tradición adquiere significación en el presente.

8. Las narrativas mediáticas identitarias articulan, configuran y elaboran los temas y argumentos recurrentes básicos en torno a la identidad. Estas narrativas son firmes legitimadoras del orden social y proporcionan a los individuos formas de evasión, resistencia y desafío respecto a su propia

experiencia. La recepción mediática y la participación virtual pueden convertirse en actos de comprensión para el individuo mediante los cuales los individuos pueden experimentar con sus diferentes identificaciones. En la sociedad actual asistimos a un increíble auge de las narrativas egotistas en Internet, que muestra nuevas formas de fragmentación del sujeto. Si bien este tipo de narrativas habían sido tradicionalmente confinadas al ámbito privado hoy en día se han convertido en formas de expresión pública. Aquí se evidencia el tránsito entre la intimidad y la extimidad, forma mediante la cual los sujetos exteriorizan o hacen públicas su facetas más privadas. De modo, que las clásicas fronteras entre lo privado y lo público se hacen cada vez más ambiguas. Además el encuentro con el *otro* no tiene aquí como objetivo compartir algo, sino verse reflejado en los *otros* y reafirmar la propia yoidad.

9. Los medios condicionan, en gran medida, los procesos de identificación. Esto se debe a que la recepción mediática y la participación virtual se encuentran en el centro de los procesos de formación de *yo*. En este sentido nos ha sorprendido constatar como especialmente la psicología social ofrece un marco comprensivo fundamental para entender este proceso. Especialmente la teoría del aprendizaje social propuesta por Albert Bandura nos ha permitido poner de manifiesto que el ser humano es un aprendiz que necesita referentes para poder construir su propia autoconcepción. Aunque habitualmente se suele pensar que los procesos de aprendizaje son más intensos en la adolescencia, nosotros consideramos que también en la vida adulta los sujetos configuran su propia yoidad. Dado que la construcción está sujeta a las transformaciones externas, las narrativas mediáticas identitarias ofrecen referentes clave para modificar y transformar esta imagen en la vida adulta. Asimismo, las narrativas mediáticas identitarias tienen un rol fundamental en la percepción, valoración y estima de la autoimagen corporal. Puesto que los medios proponen, de forma repetida, modelos hegemónicos estáticos acerca de la belleza, la salud o el éxito, los sujetos pueden llegar a proyectar sus deseos o anhelos en relación a los mismos. Y a la vez evaluar a los demás de manera positiva o negativa en relación a su parecido o semejanza con estos referentes.

10. El concepto de *self* se encuentra también vinculado estrechamente con los personajes que aparecen en las narrativas mediáticas. Independientemente de que estos personajes sean reales o ficticios constituyen un modelo para las categorizaciones y comparaciones sociales que realizan los sujetos. Como hemos ido desarrollando a lo largo de la tesis, los medios juegan un papel fundamental en la configuración de las imágenes sobre las categorías de pertenencia y referencia (nosotros) y las categorías de exclusión (otros/ ellos). En la recepción o participación virtual es habitual que los receptores se identifiquen o mantengan relaciones parasociales con los personajes mediáticos. Ahora bien, este campo teórico abre numerosos interrogantes que son clave tanto para la comprensión del proceso de configuración del *yo*, como para la exploración de las formas de interacción en la distancia. En ningún caso suponíamos hasta tal punto que esta línea de investigación fuese tan rica y permitiera estudiar un vasto terreno de cuestiones teórico-empíricas tales como el desarrollo de la empatía, la afinidad o la atracción hacia los personajes, la sensación de tener una relación con ellos o la satisfacción que pueden reportar estos vínculos imaginativos en la distancia.

En este sentido, se evidencia que los procesos de identificación no sólo se realizan en términos de categorías de pertenencia o adscripción. De hecho las identificaciones pueden tener mucho de deseos y proyecciones. Además, a partir de la observación de estos modelos los sujetos pueden apropiarse ideas o pautas de comportamiento social que les permitan interactuar en la vida real. Es más, pueden renovar la confianza básica y estos vínculos emocionales pueden llegar a tener un carácter terapéutico. La observación participante o la entrevista en profundidad serían herramientas fundamentales para iluminar los procesos mencionados en los que esperamos poder profundizar en el futuro. Además, estas identificaciones (positivas o negativas) que los sujetos realizan con los *nosotros* y los *ellos* influirán notablemente en sus interacciones con el resto de miembros de su comunidad. Los sujetos realizan procesos de autocomparación y diferenciación que están muy condicionados por las imágenes representadas y los relatos propuestos. De hecho, las imágenes simplificadoras o estereotípicas a la luz de las cuales se favorece,

silencia o ridiculiza a unos grupos y a otros creará, en gran medida, creencias compartidas acerca de los mismos que influirán en los procesos de inclusión y exclusión social.

11. En la realidad virtual lo sujetos pueden experimentar, performar o 'teatralizar' nuevas versiones de su *yo* mediante la creación de avatares o perfiles de usuario en blogs o redes sociales. Ahora bien, estas nuevas formas de comunicación se caracterizan por la flexibilidad y tienen gran incidencia en los modos de socializar e identificarse de los individuos y de los grupos. En el ciberespacio, el sujeto múltiple experimenta con los diferentes personajes y utiliza diversas máscaras en función de sus intereses. No obstante, es necesario plantear una dialéctica entre el avatar y el *yo*, un vínculo entre el mundo real y el mundo virtual. Por ello, merece la pena integrar los diferentes espacios donde el sujeto se identifica para comprender este fenómeno en su totalidad.

En el espacio virtual, los sujetos configuran identificaciones posibles o ideales que no tienen por qué ser reales o estar asociadas a roles o papeles sociales. El sentimiento de pertenencia no tiene por qué estar relacionado con las categorías heredadas por el linaje o adquiridas por la experiencia. De hecho, estas formas de identificación pueden ser imaginadas o desiderativas y se encuentran muy relacionadas con las proyecciones o los deseos. La clásica pregunta "¿quién soy?" sería respondida aquí en términos desiderativos o imaginarios. Ahora bien, más allá de estas categorías de referencia con las que el sujeto se identifica en base a proyecciones o deseos existen nuevos sentimientos de pertenencia asociados al consumo mediático o a la participación en entornos virtuales. Estas nuevas categorías de 'adherencia' son flexibles y carecen de objetivos o motivaciones sociales. Si bien el espacio virtual genera formas más libres de relacionarse, al mismo tiempo reduce la complejidad y la responsabilidad en los intercambios comunicativos.

12. Al inicio de esta tesis suponíamos que los nuevos espacios virtuales favorecerían la fragmentación y la dispersión del sujeto y le impedirían configurar una imagen estable de sí mismo. Ahora bien, es preciso matizar,

que después de haber explorado la cuestión, preferimos anunciar que los sujetos también pueden encontrar cierta estabilidad entre sus diferentes proyecciones, tal y como hacen en la vida real. Otra de las cuestiones que merece la pena estudiar en el futuro y, que en esta tesis, sólo hemos podido anunciar, es la condición terapéutica de este tipo de experiencias. Por ello, algunos investigadores no han dudado afirmar que estas figuras exhiben necesidades psicológicas, entre las que podríamos incluir la afectividad, la atención o el reconocimiento.

En definitiva, en la actualidad podemos observar un nuevo narcisismo que surge como respuesta a una sociedad que sigue muy centrada en el sujeto, pero que no puede ofrecer a los individuos lo que desean. Es más, las constantes amenazas nucleares o endémicas, el malestar social provocado por las diferentes crisis, el desinterés por la política o la familia y la creciente preocupación por el cuidado y la protección del cuerpo hace que los sujetos busquen vías alternativas o construyan personajes ideales que les permitan cumplir sus aspiraciones.

Como anunciamos, nuestro cometido ha tenido carácter teórico-argumentativo. Nos hemos propuesto, por tanto, fundamentar nuestro objeto de estudio y no llevar a cabo investigaciones empíricas sobre una narrativa mediática concreta o sobre alguno de los aspectos de los procesos de identificación mencionados. Esta tesis es, por tanto, la base para futuras investigaciones teóricas y empíricas, que esperamos poder llevar a cabo en el futuro. No es éste el lugar indicado para ofrecer una catalogación de los problemas que consideramos más interesantes y, mucho menos, para proponer metodologías específicas. Ahora bien, hemos dado bastantes indicaciones de lo que pensamos cuando hemos aludido a las ventajas del método biográfico o del etnográfico para el estudio del sujeto y la sociedad en nuestra exposición teórica. Solo quisiéramos agregar que, en nuestra opinión, la dialéctica entre los imaginarios mediáticos y los sujetos y los grupos puede contribuir notablemente a la comprensión de aspectos de carácter social, cultural, político o religioso.

BIBLIOGRAFÍA

- AAS, Katja F. (2006) "‘The body Does Not Lie’: Identity, Risk and Trust in Technoculture." *Crime Media Culture*, 2(2), 143-58.
- ABBAGNANO, Nicola (1973) *Historia de la Filosofía*. Barcelona: Montaner y Simón.
- ABRAMS, Dominic y HOGG, Michael A. (1990) "Social Identification, Self Categorization and Social Influence." *European Review of Social Psychology*, 1(1), 195-228.
- ABRAMS, Jessica R.; EVELAND, William P. y GILES, Howard (2003) "The Effects of Television on Group Vitality: Can Television Empower Nondominants Groups?" en Kalbfleisch, Pamela J. (ed.) *Communication Yearbook*, 27. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, pp. 193-219.
- ABREU, Miriam Santini de (2006) *Quando a palavra sustenta a farsa. O discurso jornalístico do desenvolvimento sustentável*. Florianópolis: Editora da UFSC.
- ABRUZZESE, Alberto y MICONI, Andrea (2002) *Zapping: Sociología de la experiencia televisiva*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- ACOSTA Gómez, Luis A. (1989) *El lector y la obra: Teoría de la recepción literaria*. Madrid: Editorial Gredos.
- ADONI, Hanna y MANE, Sherrill (1984) "Media and the Social Construction of Reality. Toward an Integration of Theory and Research." *Communication Research*, 11(3), julio, 323-324.
- ; COHEN, Akiba A. y MANE, Sherrill (1984) "Social Reality and Television News: Perceptual Dimensions of Social Conflicts in Selected Life Areas." *Journal of Broadcasting*, 28(1), 33-49.
- AGÍS VILLAVERDE, Marcelino (1995) *Del símbolo a la metáfora. Introducción a la filosofía hermenéutica de Paul Ricoeur*. Santiago de Compostela: Publicaciones de la Universidad de Santiago de Compostela.
- AGUADO, Juan Miguel y HELLÍN, Pedro A. (2004) "La nueva sociedad del espectáculo: Los media y el mercado de la experiencia." *Razón y Palabra*, 39, junio, México. En línea: www.razonypalabra.org.mx [1/10/2011].
- AGUILAR, Daniel E. y SAID, Elías (2010) "Identidad y subjetividad en la redes sociales virtuales: caso de Facebook." *Zona próxima*, 12, enero-julio, Universidad del Norte, Barranquilla, 190-207.
- AGUILAR, Miguel Ángel y WINOCUR, Rosalía (2005) "Ciudad y medios de comunicación" en García Canclini, Néstor (coord.) *La antropología urbana en México*. México: Fondo de Cultura Económica, pp. 197-220.

- AGUILERA VALPUESTA, Francisco (2004) "Sociabilidad virtual, vínculo social y construcción de la identidad. El Caso de la comunidad virtual El Rincón Chileno." Comunicación presentada en el II Congreso online del Observatorio para la CiberSociedad. En línea:
www.cibersociedad.com/congres2004 [1/10/2011].
- AGUIRRE BAZTÁN, Ángel (ed.) (1997) *Cultura e identidad cultural. Introducción a la antropología*. Barcelona: Editorial Bardenas.
- AGUSTÍN, San (2003) *Las confesiones*. Madrid: Editorial Akal.
- ALBERCA, Manuel (2000) *La escritura invisible. Testimonios sobre el diario íntimo*. Oiartzun: Editorial Sendoa.
- ALEXANDER, Claire; KAUR, Raminder y ST. LOUIS, Brett (2012) "Identities: New Directions in Uncertain Times." *Identities: Global Studies in Culture and Power*, 19(1), enero, 1-7.
- ALEXANDER, Jonathan (2002) "Homo-pages and Queer Sites: Studying the Construction and Representation of Queer Identities on the World Wide Web." *International Journal of Sexuality and Gender Studies*, 7(2-3), julio, 85-106.
- ALLPORT, Gordon (1937) *Personality: A Psychological Interpretation*. Nueva York, NY: Holt.
- ALTÈS, Elvira y GALLEGRO, Joana (2004) "Estereotipos y roles de género en los medios de comunicación" en López Díez, Pilar (ed.) *Manual de información en género*. Madrid: Instituto Oficial de Radio Televisión Española e Instituto de la Mujer, pp. 37-68.
- AMIEL, Henri F. (1951) *Fragmentos de un diario íntimo*. Barcelona: José Janés Editor.
- ANDERSON, Benedict (1993) *Comunidades imaginadas. Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*. México: Fondo de Cultura Económica.
- ANDERSON, James A. y MEYER, Timothy P. (1988) *Mediated Communication. A Social Action Perspective*. Newbury Park, CA: Sage Publications.
- ANDERSON, Rufus (1825) *Memoir of Catherine Brown a Christian Indian of the Cherokee Nation*. Nueva York, NY: J. P. Haven.
- ANG, Ien (1985) *Watching Dallas: Soap Opera and the Melodramatic Imagination*. Londres: Methuen.
- (1990) "Culture and Communication: Towards an Ethnographic Critique of Media Consumption in the Transnational Media System." *European Journal of Communication*, 5(2), junio, 239-260.
- ANSCOMBE, Elizabeth. (1991) *Intención*. Barcelona: Paidós.
- ANZIEU, Didier (1986) *El grupo y el inconsciente*. Madrid: Editorial Biblioteca Nueva.
- ARANGUREN, José Luis (1981) *Sobre imagen, identidad y heterodoxia*. Madrid: Editorial Taurus.

- ARANZUEQUE, Gabriel (ed.) (1997) *Horizontes del relato. Lecturas y conversaciones con Paul Ricoeur*. Madrid: Publicaciones de la Universidad Autónoma de Madrid.
- ARAÚJO, Ana María (2008) *El sujeto y el tiempo en la hipermodernidad: Vértigos e incertidumbres*. Montevideo: Centro Cultural de España.
- ARCILA, Carlos (2008) "Categorías para la comprensión de las interacciones digitales. La identidad como mediadora de la comunicación en los entornos virtuales." *Telos. Cuadernos de Comunicación e Innovación*, 77, diciembre, 125-132.
- (2010) "La presentación del sí-mismo en blogs y redes sociales." *Disertaciones. Anuario electrónico de Estudios en Comunicación Social*, 3(1), enero-junio, Universidad de los Andes/ Universidad Complutense de Madrid, Mérida, VE/ Madrid, En línea:
<http://erevistas.saber.ula.ve/indez.php/Disertaciones> [1/9/2011].
- ARENDRT, Hannah (2002) *La vida del espíritu*. Barcelona: Paidós.
- ARFUCH, Leonor (2002a) *Identidades, sujetos y subjetividades*. Buenos Aires: Prometeo Editorial.
- (2002b) *El espacio biográfico. Dilemas de la subjetividad contemporánea*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- ARISTÓTELES (1974) *Poética*. Madrid. Editorial Gredos.
- (1997) *Física*. Madrid: Consejo Superior de Investigaciones Científicas.
- (1998) *Retórica*. Madrid: Alianza Editorial.
- (2000) *Retórica*. Madrid: Editorial Gredos.
- ARMSTRONG, G. Blake y NEUENDORF, Kimberly A. (1992) "TV Entertainment, News, and Racial Perceptions of Collage Students." *Journal of Communication*, 42(3), septiembre, 153-176.
- ARNETT, Jeffrey J. (2004) *Emerging Adulthood: The Winding Road from the Late Teens through the Twenties*. Nueva York, NY: Oxford University Press.
- ARREAZA, Catalina y TICKNER, Arlene B. (2002) "Postmodernismo, postcolonialismo y feminismo: Manual para (in)expertos." *Colombia Internacional*, 54, abril, Universidad de los Andes, Bogotá, 14-98.
- ARRIANO, Lucio Flavio (2001) *Anábasis de Alejandro Magno*. Madrid: Editorial Gredos.
- ARTHURS, Jane (2003) "Sex and the City and Consumer Culture: Remediating Postfeminist Drama." *Feminist Media Studies*, 3(1), enero, 83-98.
- ASSMANN, Jan (2008) *Religión y memoria cultural. Diez estudios*. Buenos Aires: Lilmod Ediciones.
- ATKINSON, J. Maxwell y HERITAGE, John (1984) *Structures of Social Action. Studies in Conversation Analysis*. Cambridge: Cambridge University Press.

- AUGÉ, Marc (1994) *Pour une anthropologie des mondes contemporains*. París: Flammarion Editions.
- (1996) *El sentido de los otros: Actualidad de la antropología*. Barcelona: Paidós.
- (1998) *Las formas del olvido*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- AUMONT, Jacques y MARIE, Michel (1990) *Análisis del film*. Barcelona: Paidós.
- AUSTIN, John L. (1971) *¿Cómo hacer cosas con palabras?* Barcelona: Paidós.
- AVRAMIDES, Anita (1989) *Meaning and Mind. An Examination of a Gricean Account of Language*. Cambridge, MA: MIT Press.
- BACHELARD, Gaston (1997) *El aire y los sueños*. México: Fondo de Cultura Económica.
- BACZKO, Branishlaw (1991) *Los imaginarios sociales. Memorias y esperanzas colectivas*. Buenos Aires: Editorial Nueva Visión.
- BAJTÍN, Mijaíl (1975) *Teoría y estética de la novela*. Madrid: Editorial Taurus.
- (1982) *Estética de la creación verbal*. Madrid: Siglo XXI Editores.
- BALANDIER, Georges (1985) *Le détour. Pouvoir et modernité*. París: Editions Fayard.
- (1992) *El poder en escenas. De la representación del poder al poder de la representación*. Barcelona: Paidós.
- BALLESTEROS, Soledad (2010) *Psicología de la memoria*. Madrid: Publicaciones de la Universidad Nacional de Educación a Distancia-Editorial Universitas.
- BALLY, Charles (1932) *Linguistique générale et linguistique française*. París: Editions Ernest Leroux.
- BALSAMO, Anne (1995) "Forms of Technological Embodiment: Reading the Body in Contemporary Culture." *Body and Society*, 1(3-4), noviembre, 215-237.
- BAMBERG, Michael (2011) "Who am I? Narration and its contribution to self and identity." *Theory and Psychology*, 21(1), febrero, 3-24.
- BANDURA, Albert (1962) "Social Learning through Imitation" en Jones, Marshall R. (ed.) *Nebraska Symposium on Motivation*. Lincoln, Nebraska: University of Nebraska Press, pp. 211-269.
- (1977) *Social Learning Theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall Publishing.
- (2009) "Social Cognitive Theory of Mass Communication" en Bryant, Jennings y Oliver, Mary B. (eds.) *Media Effects. Advances in Theory and Research*. Nueva York, NY: Routledge, pp. 94-124.
- y Walters, Richard H. (1974) *Aprendizaje y desarrollo de la personalidad*. Madrid: Alianza Universidad.
- BAÑÓN Hernández, Antonio M. (ed.) (2007) *Discurso periodístico y procesos migratorios*. San Sebastián: Editorial Tercera Prensa.

- BAQUERO GOYANES, Mariano (1989) *Estructuras de la novela actual*. Madrid: Editorial Castalia.
- BARBER, Jacques P.; FOLTZ, Carol *et al.* (2002) "Consistency of Interpersonal Themes in Narratives about Relationships." *Psychotherapy Research*, 12(2), 139-158.
- BARGH, John A.; MCKENNA, Katelyn. Y. A. y FITZSIMONS, Grainne M. (2002) "Can You See the Real Me? Activation and Expression of the "True Self" on the Internet." *Journal of Social Issues*, 58(1), 33-48.
- BARRETT, Stephen M. (1975) *Gerónimo: Historia de su vida*. Barcelona: Editorial Grijalbo.
- BARTHES, Roland (1960) "Le problème de la signification au cinéma." *Revue Internationale de Filmologie*, 32-33, enero-junio, París, 83-89.
- (1961) "Le message photographique." *Communications*, 1, 127-138.
- (1964) "Eléments de la semiologie." *Communications*, 4, 91-135.
- (1968) "L'effet du réel." *Communications*, 11, 84-89.
- (1970) "L'analyse des images." *Communications*, 15, 53-68.
- (1973) *El placer del texto*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.
- (1980) *Mitologías*. México: Siglo XXI Editores.
- (1982a) *Investigaciones retóricas. La antigua retórica*, vol. 1. Barcelona: Editorial Buenos Aires.
- (1987) *El susurro del lenguaje*. Barcelona: Paidós.
- ; Bersani, Leo *et al.* (1982c) *Littérature et réalité*. París: Editions du Seuil.
- ; Greimas, Algirdas J. *et al.* (1982b) *Análisis estructural del relato*. Barcelona: Editorial Buenos Aires.
- BARTLETT, Frederic C. (1967) *Remembering: A Study in Experimental and Social Psychology*. Cambridge: Cambridge University Press.
- BASIL, Michael D. (1996) "Identification as a Mediator of Celebrity Effects." *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 40(4), 478-495.
- BATESON, Gregory (1977) *Steps to an Ecology of Mind*. Nueva York, NY: Ballantine Books.
- BAUDRILLARD, Jean (1984) *Cultura y simulacro*. Barcelona: Editorial Kairós.
- BAUMAN, Zygmunt (2003) "De peregrino a turista, o una breve historia de la identidad" en Hall, Stuart y Du Gay, Paul (comps.) *Cuestiones de identidad cultural*. Buenos Aires: Amorrortu Editores, pp. 40-68.
- (2003) *Modernidad líquida*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- BAYM, Nancy K. (2000) *Tune in, Log on: Soaps, Fandom and Online Community*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

- (2006) "Finding the Quality in Qualitative Research" en Silver, David y Massanari, Adrienne (eds.) *Critical Cyberculture Studies*. Nueva York, NY: New York University Press, pp. 79-87.
- BEAUVOIR, Simone de (1960) *The second sex*. Londres: Four Square Books.
- BECK, Ulrich (1998) *La sociedad del riesgo*. Barcelona: Paidós.
- ; Bonns, Wolfgang y Lau, Christoph (2003) "The Theory of Reflexive Modernization. Problematic, Hypotheses and Research Programme." *Theory, Culture and Society*, 20(2), 1-33.
- BECKER, Karin (1995) "Media and the Ritual Process." *Media, Culture and Society*, 17(4), octubre, 629-646.
- BÉJAR, Helena (1990) *El ámbito íntimo. Privacidad, individualismo y modernidad*. Madrid: Alianza Editorial.
- BELINCHÓN, Mercedes; Rivière, Ángel e Igoa, José Manuel (1992) *Psicología del lenguaje. Investigación y teoría*. Madrid: Editorial Trotta.
- BELL, Allan (1991) *The Language of News Media*. Oxford: Blackwell Publishing.
- BELL, Catherine (1992) *Ritual: Perspectives and Dimensions*. Nueva York, NY: Oxford University Press.
- BELLOUR, Raymond (1966) "Pour une stylistique du film." *Revue d'Esthétique*, 19(2), abril-junio, París, 161-178.
- BENEDICT, Ruth (1971) *El hombre y la cultura: Investigación sobre los orígenes de la civilización contemporánea*. Barcelona: Edhasa Editorial.
- BENJAMIN, Walter (1991) "El narrador" en *Para una crítica de la violencia y otros ensayos*. Buenos Aires: Editorial Taurus, pp. 111-134
- BENVENISTE, Émile (1997) *Problemas de lingüística general*. Madrid: Siglo XXI Editores.
- BERGER, Peter Ludwig (1966) "Identity as a Problem in the Sociology of Knowledge." *European Journal of Sociology*, 7(1), mayo, 105-115.
- y Luckmann, Thomas (2008) *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- BERGSON, Henri (1977) *Memoria y vida*. Madrid: Alianza Editorial.
- BERNE, Eric (1966) *Juegos en los que participamos: Psicología de las relaciones humana*. México: Editorial Diana.
- (1989) "Ego States in Psychotherapy." *Texas Association for Counselling and Development Journal*, 17(2), 127-141.
- BERNSTEIN, Richard (2002) *Freud y el legado de Moisés*. Mexico: Siglo XXI Editores.
- BERTRAND, Russell (1946) *Investigación sobre el significado y la verdad*. Buenos Aires: Editorial Losada.

- BERTUCCELLI, Marcela (1996) *Qué es la pragmática*. Barcelona: Paidós.
- BESSIÈRE, Katherine; SEAY, A. Fleming y KIESLER, Sara (2007) "The Ideal Self: Identity Exploration in World of Warcraft." *Cyberpsychology and Behavior*, 10(4), agosto, 530-535.
- BETTETINI, Gianfranco (1968) *Cinema, lingua e scrittura*. Milán: Bompiani.
- (1984) *La conversazione audiovisiva: Problemi dell' enunciaziones filmica e televisiva*. Milán: Bompiani.
- BETTINI, Maurizio (2001) "Contra las raíces. Tradición, identidad, memoria." *Revista de Occidente*, 243, julio-agosto, 79-97.
- BEUCHOT, Mauricio (1998) *La retórica como pragmática y hermenéutica*. Barcelona: Anthropos Editorial.
- BIGNELL, Jonathan (2002) *Media Semiotics: An Introduction*. Mánchester: Manchester University Press.
- BIRESSI, Anita y NUNN, Heather (2005) *Reality TV. Realism and Revelation*. Londres: Walflower Press.
- BIRREL, Susan (1981) "Sport as Ritual: Interpretations from Durkheim to Goffman." *Social Forces*, 60(2), diciembre, 354-376.
- BLANCH, Antonio (1995) *El hombre imaginario. Una antropología literaria*. Madrid: Publicaciones de la Universidad Pontificia de Comillas.
- BLASCO, José María (1992, octubre) "El estadio del espejo: Introducción del yo en Lacan." Conferencia pronunciada en la Escuela de Psicoanálisis, Ibiza, pp. 1-9. En línea: <http://www.epbcn.com/personas/JMBlasco/publicaciones/19921022.pdf> [10/10/2011].
- BLOCH, Maurice (1989) *Ritual History and Power*. Londres: The Athlone Press.
- BLOMMAERT, Jan (2004) *Discourse. A Critical Introduction*. Cambridge: Cambridge University Press.
- BLUMENBERG, Hans (2003) *Trabajo sobre el mito*. Barcelona: Paidós.
- (2008) *La legitimación de la Edad Moderna*. Barcelona: Pre-textos.
- BLUMER, Herbert (1982) *El interaccionismo simbólico: Perspectiva y método*. Barcelona: Editorial Hora.
- BLUMLER, Jay G. y GUREVITCH, Michael (1982) "The Political Effects of Mass Communication" en Gurevitch, Michael; Bennett, Tony *et al.* (comps.) *Culture, Society and the Media*. Londres: Methuen.
- BOBES, Carmen (2004) *La metáfora*. Madrid: Editorial Gredos.
- BOECIO (2002) *Cinco opúsculos teológicos (Opuscula Sacra)*. Lima: Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú.

- BOHANNAN, Laura (1993) "Shakespeare en la selva" en Velasco, Honorio M. (comp.) *La cultura, las culturas. Lecturas de antropología social y cultural*. Madrid: Publicaciones de la Universidad Nacional de Educación a Distancia, pp. 75-85.
- BOLÍVAR, Adriana y DE ERLICH, Frances D. (eds.) (2007) *El análisis del diálogo. Reflexiones y estudios*. Caracas: Fondo Editorial de Humanidades de la Universidad Central de Venezuela.
- BONTE, Pierre e IZARD, Michel (1996) *Diccionario de etnología y antropología*. Madrid: Editorial Akal.
- BOON, Susan D. y LOMORE, Christine D. (2001) "Admired-celebrity Relationships among Young Adults: Explaining Perceptions of Celebrity Influence on Identity." *Human Communication Research*, 27(3), julio, 432-465.
- BOOTH, Charles (1903) *Life and Labour of the People of London*. Londres: Macmillan.
- BORDWELL, David (1985) *Narration in the Fiction Film*. Madison, WI: University of Wisconsin Press.
- BORTREE, Denise S. (2005) "Presentation of Self on the Web: An Ethnographic Study of Teenage Girls' Weblogs." *Education, Communication and Information Journal*, 5(1), marzo, 25-39.
- BOTTA, Renée A. (1999) "Television Images and Adolescence Girl's Body Image Disturbance." *Journal of Communciation*, 49(2), 22-41.
- BOURDEL, Léone (1960) *Groupes sanguines et temperament*. París: Editions Maloine.
- BOURDIEU, Pierre (1991) *Language and Symbolic Power*. Cambridge: Polity Press.
- (1998) *Sobre la televisión*. Barcelona: Editorial Anagrama.
- BOUTINET, Jean-Pierre (1999) *Traité de sciences et techniques de la formation*. París: Editions Dunod.
- BOYD, Danah M. (2008) "Friendship" en Ito, Mizuko; Baumer, Sonja *et al.* (eds.) *Hanging out, Messing around, and Geeking out: Kids Living and Learning with New Media*. Cambridge, MA: MIT Press, pp. 79-84.
- (2010) "Social Networks as Networked Publics: Affordances, Dynamics, and Implications" en Papacharissi, Zizi (ed.) *Networked Self: Identity, Community and Culture on Social Network sites*. Nueva York, NY: Routledge, pp. 39-58.
- y ELLISON, Nicole B. (2007) "Social Network Sites: Definition, History an Scholarship." *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), octubre, 210-230.
- BRÉAL, Michel (1982) *Essai de sémantique: Science de significations*. París: Montfort Publications.

- BREWER, Marilyn B. (1999) "The Psychology of Prejudice: Ingroup Love or Outgroup Hate?" *Journal of Social Issues*, 55(3), 429-444.
- BREWER, Paul R. (2005) "Values, Framing and Citizen's Thoughts about Policy Issues: Effects on Content and Quantity." *Political Psychology*, 26(6), diciembre, 929-948.
- BRIM, Orville Gilbert (1966) "Socialization through the Life Cycle" en Brim, Orville Gilbert y Wheeler, Stanton (eds.) *Socialization after Childhood: Two Essays*. Nueva York, NY: John Wiley & Sons, pp. 1-49.
- BROWN, Penelope y LEVINSON, Stephen C. (1987) *Politeness: Some Universals in Language*. Cambridge: Cambridge University Press.
- BROWN, Rupert (2000) "Social Identity Theory: Past Achievements, Current Problems and Future Challenges." *European Journal of Social Psychology*, 30(6), noviembre-diciembre, 745-778.
- y Capozza, Dora (2000) "Social Identity Theory in Prospect and Retrospect" en *Social Identity Processes: Progress in Theory and Research*. Londres: Sage Publications.
- BRUMBERG, Joan J. (1997) *The Body Project: An Intimate History of American Girls*. Nueva York, NY: Vintage Books.
- BRUNER, Jerome (1984) *Acción, pensamiento y lenguaje*. Madrid: Alianza Editorial.
- (1996) *Realidad mental y mundos posibles. Los actos de la imaginación que dan sentido a la experiencia*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- BRUSS, Elizabeth (1991) "Actos literarios." *Revista Anthropos. Huellas del Conocimiento*, 29, 62-79.
- BUBER, Martin (1949) *¿Qué es el hombre?* México: Fondo de Cultura Económica.
- (1993) *Yo y tú*. Madrid: Caparrós Editores.
- BUHLER, Charlotte (1930) "Personality Types Based on Experiments with Children." Informe presentado en el IX Congreso Internacional de Psicología. New Haven, CT.
- BÜHLER, Karl (1972) *Teoría del lenguaje*. Buenos Aires: Paidós.
- BÜHLER, Pierre y HABERMACHER, Jean-François (1988) "L'identité narrative" en *La narration. Quand le récit devient communication*. Ginebra: Les Editions Labor et Fides, pp. 278-300.
- BUNGE, Mario (2004) *La investigación científica*. México: Siglo XXI Editores.
- BUONANNO, Milly (1999) *El drama televisivo. Identidad y contenidos sociales*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- BURKE, Kenneth (1951) "Rhetoric -Old and New." *Journal of General Education*, 5, abril, 202-209.
- (1969) *A Rhetoric of Motives*. Berkeley, CA: University of California Press.

- BURKE, Peter J. (2004a) "Identities, Events and Moods" en Turner, John C. (ed.) *Advances in Group Processes*. Greenwich, CT: JAI Press, pp. 25-49.
- (2004b) "Identities and Social Structures: The 2003 Cooley-Mead Award Adress." *Social Psychology Quarterly*, 67(1), marzo, 5-15.
- (2006) "Identity Change." *Social Psychology Quarterly*, 69(1), marzo, 81-96.
- y Stets, Jan E. (2009) *Identity Theory*. Nueva York, NY: Oxford University Press.
- y Tully, Judy (1977) "The Measurement of Role Identity." *Social Forces*, 55(4), junio, 881-897.
- BURN, Andrew y PARKER, David (2003) *Analysing Media Texts*. Londres: Continuum.
- BUSSELLE, Rick y BILANDZIC, Helena (2008) "Fictionality and Perceived Realism in Experiencing Stories: A Model of Narrative Comprehension and Engagement." *Communication Theory*, 18(2), mayo, 255-280.
- BUTLER, Judith (1990) "Performative Acts and Gender Constitution: An Essay in Phenomenology and Feminist Theory" en Case, Sue-Ellen (ed.) *Performing Feminism: Feminist Critical Theory and Theatre*. Baltimore, MD: Johns Hopkins University Press, pp. 270-282.
- (2002) *Cuerpos que importan: Sobre los límites materiales y discursivos del 'sexo'*. Buenos Aires: Paidós.
- (2007) *El género en disputa: El feminismo y la subversión de la identidad*. Barcelona: Paidós.
- CABALLÉ, Anna (1995) *Narcisos de tinta. Ensayo sobre la literatura autobiográfica en lengua castellana: siglos XIX y XX*. Málaga: Editorial Megazul Endimion.
- y Bonet, Joana (2000) *Mi vida es mía. 2363 mujeres descubren su intimidad a partir de sus diarios personales*. Barcelona: Plaza & Janés Editores.
- CABRERA, Daniel H. (2004) "Imaginario social, comunicación e identidad colectiva." Artículo presentado en el Diálogo "Comunicación y diversidad cultural". Forum Barcelona. Institut de la Comunicació-Universitat Autònoma de Barcelona. (InCom-UAB), En línea: http://www.portalcomunicacion.com/dialeg/paper/pdf/143_cabrera.pdf [15/8/2010].
- CÁCERES, M. Dolores (2008) "El cuerpo deseado y el cuerpo vivido. La apropiación de los discursos mediáticos y la identidad de género." *Cuadernos de Información y Comunicación*, 13, Universidad Complutense de Madrid, Madrid, 195-212.
- CALSAMIGLIA BLANCAFORT, Helena y Tusón, Amparo (2007) *Las cosas del decir. Manual de análisis del discurso*. Barcelona: Editorial Ariel.
- CAMPBELL, Joseph (1959) *El héroe de las mil caras. Psicoanálisis del Mito*. México: Fondo de Cultura Económica.

- (1993) *Los mitos. Su impacto en el mundo actual*. Barcelona: Paidós.
- CANNING, Kathleen (1994) "Contesting the Power of Categories: Discourse, Experience, and Feminist Resistance." *Signs: Journal of Women in Culture and Society*, 19(2), 368-404.
- CANTOR, Nancy y MISCHEL, Walter (1979) "Prototypes in Person Perception" en Berkowitz, Leonard (ed.) *Advances in Experimental Social Psychology*, vol. 12. Nueva York, NY: Academic Press, pp. 3-52.
- CAPOZZI, Gino (1979) *L'individuo, il tempo e la storia*. Nápoles: Jovene Editore.
- CARLSON, Neil R. (2010) *Fundamentos de fisiología de la conducta*. Madrid: Editorial Pearson Educación.
- CARRERAS, Alberto y LINARES, Juan Luis (2006) "Diálogos sobre personalidad, identidad y narrativa." *Revista Redes*, 16, septiembre, 83-95.
- CARRETERO PASÍN, Ángel E. (2006) "La persistencia del mito y de lo imaginario en la cultura contemporánea." *Política y Sociedad*, 43(2), Universidad Complutense de Madrid, Madrid, 107-126.
- CARTER, Cynthia (1998) *News, Gender and Power*. Londres: Routledge.
- CASSETTI, Francesco (1989) *El film y su espectador*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- CASEY, Edward S. (1987) *Remembering: A Phenomenological Study*. Bloomington, IN: Indiana University Press.
- CASILLI, Antonio (2010) *Les liaisons numériques. Vers une nouvelle sociabilité*. París: Editions du Seuil.
- CASSIRER, Ernst (1963) *Antropología filosófica: Introducción a una filosofía de la cultura*. México: Fondo de Cultura Económica.
- (1976) *Filosofía de las formas simbólicas. Fenomenología del reconocimiento*, vol. 3. México: Fondo de Cultura Económica.
- (1998) *Filosofía de las formas simbólicas. El lenguaje*, vol. 1. México: Fondo de Cultura Económica.
- CASTAÑARES, Wenceslao (2011) "Realidad virtual, mimesis y simulación." *Cuadernos de Información y Comunicación*, 16, Universidad Complutense de Madrid, Madrid, 59-81.
- CASTELLI, Nora (1991) *El espacio autobiográfico*. Barcelona: Editorial Lumen.
- CASTELLÓ, Enric (2008) *Identidades mediáticas: Introducción a las teorías, métodos y casos*. Barcelona: Editorial UOC.
- CASTELLS, Manuel (2001) *La era de la información. El poder de la identidad*, vol. 2. México: Siglo XXI Editores.
- CASTILLA DEL PINO, Carlos (1989) *Teoría del personaje*. Madrid: Alianza Universidad.

- (1996) “Teoría de la intimidad.” *Revista de Occidente*, 182-183, julio-agosto, 15-31.
- CASTORIADIS, Cornelius (1988) *Los dominios del hombre: Las encruzijadas del laberinto*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- (1989) *La institución imaginaria de la sociedad. El imaginario social y la institución*. Barcelona: Tusquets Editores.
- (1997) *Ontología de la creación*. Bogotá: Ensayo y Error.
- (1999) *Figuras de lo pensable*. Valencia: Publicacions de l’Universitat de Valencia.
- CASTRO-GÓMEZ, Santiago (2000) “Ciencias sociales, violencia episémica y el problema de la invención del otro” en Lander, Edgardo (ed.) *La colonialidad del saber: Eurocentrismo y ciencias sociales. Perspectivas latinoamericanas*. Buenos Aires: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, pp. 145-161.
- CAUGHEY, John L. (1986) “Social Relations with Media Figures” en Gumpert, Gary y Cathcart, Robert (eds.) *Inter/media: Interpersonal Communications in a Media World*. Nueva York, NY: Oxford University Press, pp. 219-252.
- CELLINI, Benvenuto (2007) *Vida*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- CENCILLO, Luis (1993) “Personalidad” en Aguirre Baztán, Ángel (ed.) *Diccionario temático de antropología*. Barcelona: Editorial Boixareu Universitaria, pp. 490-496.
- CHAFFEE, Steven H.; JACKSON-BEECK, Marilyn *et al.* (1977) “Mass Communication in Political Socialization” en Renshon, Stanley A. (ed.) *Handbook of Political Socialization*. Nueva York, NY: Free Press, pp. 223-258
- ; WARD, L. Scott y TIPTON, Leonard P. (1973) “Mass Communication and Political Socialization” en Dennis, Jack (ed.) *Socialization to Politics: A Reader*. Nueva York, NY: John Wiley & Sons, pp. 391-409.
- CHANEY, David (1983) “A Symbolic Mirror of Ourselves: Civic Ritual in Mass Society.” *Media, Culture and Society*, 5(2), abril, 119-135.
- CHARLES, Margaret; TOUYZ, Stephen y WILLINGE, Amy (2006) “How Do Body-dissatisfied and Body-satisfied Males and Females Judge the Size of Thin Female Celebrities?” *International Journal of Eating Disorders*, 39(7), noviembre, 576-582.
- CHELEBOURG, Christian (2000) *L’imaginaire littéraire. Des archétypes à la poétique du sujet*. París: Nathan-Université.
- CHILLÓN, Albert (1999) *Literatura y periodismo. Una tradición de relaciones promiscuas*. Bellaterra: Publicacions de l’Universitat Autònoma de Barcelona.
- (2000) “La urdimbre mitopoética de la cultura.” *Anàlisi. Quaderns de Comunicació i Cultura*, 24, Universitat Autònoma de Barcelona, Bellaterra, 121-159.
- (2007) “Hacer los hechos. Un ensayo de fenomenología de los ‘hechos sociales’.” *Ars Brevis*, 13, Universitat Ramon Llull, Barcelona, 27-50.

- (2010) *La condición ambigua. Diálogos con Lluís Duch*. Barcelona: Herder Editorial.
- CHIRPAZ, François (1963) *Le corps*. París: Presses Universitaires de France.
- CHOMSKY, Noam (1977) *El lenguaje y el entendimiento*. Barcelona: Editorial Seix-Barral.
- (1985) *El conocimiento del lenguaje: su naturaleza, origen y uso*. Madrid: Alianza Editorial.
- CLANCY, Stephanie M. y DOLLINGER, Stephen J. (1993) "Photographic Depictions of the Self: Gender and Age Differences in Social Connectedness." *Sex Roles*, 29(7-8), 477-495.
- CLIMENT, Laia (ed.) (2006) *Anàlisi crítica del discurs. Mitjans de comunicació i llengua*. Alicante: Institut Interuniversitari de Filologia Valenciana.
- CLUA, Anna (2001) *La Noció d'espai en la definició dels contextos de la recepció dels mitjans de comunicació: una aproximació des de les perspectives crítiques dels estudis culturals i de la geografia cultural*. Tesis doctoral. Universitat Autònoma de Barcelona, Facultat de Ciències de la Comunicació.
- COCKBURN, Cynthia (1993) *Gender and Technology in the Making*. Londres: Sage Publications.
- COHEN, Jonathan (1999) "Favorite Characters of Teenage Viewers of Israeli Serials." *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 43(3), 327-345.
- (2001) "Defining Identification: A Theoretical Look at the Identification of Audiences with Media Characters." *Mass Communication and Society*, 4(3), 245-264.
- y METZGER, Miriam (1998) "Social Affiliation and the Achievement of Ontological Security through Interpersonal and Mass Communication." *Critical Studies in Mass Communication*, 15(1), 41-60.
- COLAIZZI, Giulia (2002) "El no-sujeto mujer: Representación y tecnología" en Campillo, Neus (coord.) *Género, ciudadanía y sujeto político. En torno a las políticas de igualdad*. Valencia: Institut Universitari d'Estudis de la Dona, pp. 151-157.
- COMAS D'ARGEMIR, Dolors (2000) "Construyendo imaginarios, identidades, comunidades: El papel de los medios de comunicación" en Bullen, Margaret y Díez Mintegui, Carmen (eds.) *Retos teóricos y nuevas prácticas*. San Sebastián: Ankulegi, pp. 179-208.
- (2009) "Las mujeres en los informativos de televisión." *Quaderns del CAC*, 33, diciembre, Consell d'Audiovisual de Catalunya (CAC), 97-108.
- (1995) *Trabajo, género y cultura. La construcción de desigualdades entre hombres y mujeres*. Barcelona: Icaria Editorial.
- CONDE SOTO, Francisco (1996) *El problema de la conciencia del tiempo en la fenomenología de Edmund Husserl*. Tesis Doctoral. Barcelona: Publicacions de l'Universitat de Barcelona.

- COOLEY, Charles Horton (1902) *Human Nature and Social Order*. Nueva York, NY: Scribner.
- CORBIN, Henry (1993) *La imaginación creadora en el sufismo de Ibn' Arabí*. Barcelona: Editorial Destino.
- CÓRDOBA, David (2002) *Teoría Queer. Reflexiones sobre sexo, sexualidad e identidad*. Trabajo de investigación. Programa de Doctorat en Sociología. Departament de Sociología. Universitat Autònoma de Barcelona.
- CORNER, John (2002) "Performing the Real: Documentary Diversions." *TV and New Media*, 3(3), agosto, 255-259.
- CORREDOR, Cristina (1999) *Filosofía del lenguaje*. Madrid: Editorial Visor.
- CORREDOR, Javier A.; PINZÓN, Óscar H. y GUERRERO, Rosa M. (2011) "Mundo sin centro: Cultura, construcción de la identidad y cognición en la era digital." *Revista de Estudios Sociales*, 40, agosto, Universidad de los Andes, Bogotá, 44-56.
- CÔTÉ, James E. (1996) "Identity: A multidimensional analysis" en Adams, Gerald R.; Montemayor, Raymond y Gullotta, Thomas P. (eds.) *Psychological Development during Adolescence. Advances in Adolescence Development*, vol. 8. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, pp. 130-180.
- y ALLAHAR, Anton L. (1995) *Generation on Hold: Coming of Age in the Late Twentieth Century*. Nueva York, NY: New York University Press.
- y LEVINE, Charles G. (2002) *Identity Formation, Agency and Culture: A Social Psychological Synthesis*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- COULDRY, Nick (2003) *Media Rituals. A critical Approach*. Londres: Routledge.
- CRITS-CHISTOPH, Paul; Demorest, Amy y Connolly, Mary B. (1990) "Quantitative Assessment of Interpersonal Themes over the Course of Psychotherapy." *Psychotherapy: Theory, Research, Practice, Training*, 27(4), enero, 513-521.
- CROCKER, Jennifer y MAJOR, Brenda (1989) "Social Stigma and Self-esteem: The Self-protective Properties of Stigma." *Psychological Review*, 96(4), octubre, 608-630.
- CRUZ, Manuel (2007) *Cómo hacer cosas con recuerdos: Sobre la utilidad de la memoria y la conveniencia de rendir cuentas*. Buenos Aires: Katz Editores.
- CUBELLS, Fernando (1965) *Los filósofos presocráticos*. Valencia: Anales del Seminario de Valencia.
- CULIANU, Ioan P. (1999) *Eros y magia en el Renacimiento*. Madrid: Ediciones Siruela.
- CURCIO RUFO, Quinto (2001) *Historia de Alejandro Magno*. Madrid: Editorial Gredos.
- CURRAN, James (1989) *Media Ritual and Identity*. Londres: Routledge.
- (1990) "The New Revisionism in Mass Communication Research: A Reprisal." *European Journal of Communication*, 5(2), junio, 135-164.

- (2005) *Medios de comunicación y poder en una sociedad democrática*. Barcelona: Hacer Editorial.
- ; Morley, David y Walkerdine, Valerie (comps.) (1998) *Estudios culturales y comunicación. Análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el posmodernismo*. Barcelona: Paidós.
- DANESI, Marcel (2002) *Understanding Media Semiotics*. Londres: Arnold Publishers.
- DANTO, Arthur (1989) *Historia y narración. Ensayos de filosofía analítica de la historia*. Barcelona: Paidós.
- DAVIDSON, Donald (1982) *Essays on Actions and Events*. Oxford: Clarendon Press.
- DAVIS, James C. y BURDIEL, Isabel (eds.) (2005) *El Otro, el mismo: Biografía y autobiografía en Europa (Siglos XVII-XX)*. Valencia: Publicacions de l'Universitat de Valencia.
- DE BROCA, Salvador (1990) *Historia de la Filosofía*. Tarragona: Edicions de la Facultat de Filosofia i Lletres de Tarragona.
- DE CESAREA, Eusebio (1994) *Vida de Constantino*. Madrid: Editorial Gredos.
- DE CESAREA, Procopio (2000) *Historia secreta*. Madrid: Editorial Gredos.
- DE MIGUEL, Casilda; ITUARTE, Leire y OLABARRI, Elena (2004) *La identidad de género en la imagen fílmica*. Bilbao: Publicaciones de la Universidad del País Vasco/ Euskal Herriko Unibertsitatea.
- DE MIGUEL, Jesús Manuel (2004) "La memoria perdida." *Revista de Antropología Social*, 13, Universidad Complutense de Madrid, Madrid, 9-35.
- DE VEGA, Manuel (1984) *Introducción a la psicología cognitiva*. Madrid: Alianza Editorial.
- DEBORD, Guy (2002) *La sociedad del espectáculo*. Valencia: Pre-textos.
- DELAY, Jean y PICHOT, Pierre (1979) *Manual de psicología*. Barcelona: Toray-Masson.
- DELGADO, Manuel (1999) *El animal público: Hacia una antropología de los espacios urbanos*. Barcelona: Editorial Anagrama.
- (2002) *Disoluciones urbanas: procesos identitarios y espacio público*. Medellín: Universidad de Antioquía.
- DENNET, Daniel C. (1991) *La actitud intencional*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- DERRIDA, Jacques (1989) *Márgenes de la filosofía*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- (1998) *Demeure: Maurice Blanchot*. París: Editions Galilée.
- (1998) *Desconstrucción y pragmatismo*. Buenos Aires: Paidós.
- DESCARTES, René (1939) *Discurso del método*. Edición bilingüe de Mézières, A. J. Madrid: Editorial Espasa-Calpe.
- DIDIER, Béatrice (1976) *Le journal intime*. París: Presses Universitaires de France.

- DÍEZ, José María (1989) "Notas sobre la crítica para un estudio del personaje de la comedia española del siglo de oro" en Castilla del Pino, Carlos (comp.) *Teoría del personaje*. Madrid: Alianza Universidad, pp. 97-120.
- DILTHEY, Wilhem (2000) *Dos escritos sobre hermenéutica*. Madrid: Editorial Istmo.
- DIMAGGIO, Paul; Hargittai, Eszter *et al.* (2001) "Social Implications of the Internet." *Annual Review of Sociology*, 27(1), agosto, 307-336.
- DIMARCO, Heather (2003) "The Electronic Cloak: Secret Sexual Deviance in Cybersociety" en Jewkes, Yvonee (ed.) *Dot.cons: Crime, Deviance and Identity on the Internet*. Cullompton: Willan Publishing, pp. 53-67.
- DIÓGENES LAERCIO (2007) *Vidas de los filósofos ilustres*. Madrid: Alianza Editorial.
- DOLEZEL, Lubomír (1980) "Truth and Authenticity in Narrative." *Poetics Today*, 1(3), 7-25.
- DONÉGANI, Jean-Marie (1998) "Idéologies, valeurs, cultures" en Galland, Olivier y Lemel, Yannick (eds.) *La nouvelle société française*. París: Editions Armand Colin, pp. 213-244.
- DOUGLAS, Mary (1984) *Purity and Danger*. Londres: Routledge.
- DREW, Paul y HERITAGE, John (eds.) (1992) *Talk at Work: Interaction in Institutional Settings*. Cambridge: Cambridge University Press.
- DUBANT, Bernard (1996) *Sitting Bull. Toro sentado "el último indio"*. Palma de Mallorca: José J. De Olañeta Editor.
- DUBAR, Claude (2002) *La crisis de las identidades. Interpretación de una mutación*. Barcelona: Ediciones Bellaterra.
- DUBET, François y MARTUCELLI, Danilo (1998) *Dans quelle société vivons-nous?* París: Editions du Seuil.
- DUBOIS, Claude-Gilbert (1985) *L'imaginaire de la Renaissance*. París: Presses Universitaires de France.
- DUCH, Lluís (1974) *Ciencia de la religión y mito: estudios sobre la interpretación del mito*. Barcelona: Publicacions de l'Abadia de Montserrat.
- (1978) *Historia y estructuras religiosas*. Barcelona: Ediciones Don Bosco.
- (1984) *Religió i món modern. Introducció a l'estudi dels fenòmens religiosos*. Barcelona: Publicacions de l'Abadia de Montserrat.
- (1995) *Mite i cultura*. Barcelona: Publicacions de l'Abadia de Montserrat.
- (2002a) *Mito, interpretació y cultura*. Barcelona: Herder Editorial.
- (2002b) *Antropología de la vida cotidiana. Simbolismo y salud*. Madrid: Editorial Trotta.
- (2003) *Escenaris de la corporeïtat. Antropologia de la vida quotidiana*. Barcelona: Publicacions de l'Abadia de Montserrat.

- (2004) *Estaciones del laberinto. Ensayos de antropología*. Barcelona: Herder Editorial.
- (2010) *Religió i comunicació*. Barcelona: Fragmenta Editorial.
- y Chillón, Albert (2012) *Un ser de mediaciones. Antropología de la comunicación*, vol. 1. Barcelona: Herder Editorial.
- DUCROT, Oswald (1972) *Dire et ne pas dire*. París: Editions Hermann.
- DUPRÉ, Wilhelm (1975) *Religion in Primitive Cultures. A Study in Ethnophilosophy*. La Haya/París: Mouton.
- DURAND, Gilbert (1971) *La imaginación simbólica*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- (1981) *Las estructuras antropológicas del imaginario. Introducción a la arquetipología general*. Madrid: Editorial Taurus.
- (2000) *Lo imaginario*. Barcelona: Ediciones del Bronce.
- DURKHEIM, Émile (1968) *Las formas elementales de la vida religiosa*. Buenos Aires: Editorial Schapire.
- (1994) *La división del trabajo social*. Madrid: Editorial Akal.
- EAKIN, Paul John (1991) "Autoinvención en la autobiografía: El momento del lenguaje." *Revista Anthropos. Huellas del Conocimiento*, 29, 79-92.
- EARLE, William A. (1972) *The Autobiographical Consciousness*. Chicago, IL: Quadrangle Books.
- EBERENZ, Rolf (1991) "Enunciación y estructuras metanarrativas en la autobiografía" en Lara Pozuelo, Antonio (ed.) *La autobiografía en lengua española en el siglo XX*. Lausana: Hispania Helvética, pp. 37-51.
- ECO, Umberto (1965) "La musique et la machine." *Communications*, 6, 10-19.
- (1966) "James Bond: Une combinatoire narrative." *Communications*, 8, 77-93.
- (1972) *La estructura ausente*. Barcelona: Editorial Lumen.
- (1981) *Lector in fabula. La cooperación interpretativa en el texto narrativo*. Barcelona: Editorial Lumen.
- (1986) *La estrategia de la ilusión*. Barcelona: Editorial Lumen.
- (1998) *El superhombre de masas*. Barcelona: Editorial Lumen.
- EDEL, Leon (1992) *Bloomsbury: Una guarida de leones*. Madrid: Alianza Editorial.
- EDELMAN, Murray (1993) "Contestable Categories and Public Opinion." *Political Communication*, 10(3), 231-242.
- EDWARDS, Dereck y POTTER, Jonathan (1992) *Discursive Psychology*. Londres: Sage Publications.
- EHRENBERG, Alain (1998) *La fatigue d'être soi. Dépression et société*. París: Editions Odile Jacob.

- ELÍADE, Mircea (1961) *Mitos, sueños y misterios*. Buenos Aires: Fabril Editores.
- (1969) *Mefistófeles y el andrógino*. Madrid: Editorial Guadarrama.
- (1973) *Mito y realidad*. Madrid: Editorial Guadarrama.
- ELIAS, Norbert (1990) *La sociedad de los individuos*. Barcelona: Editorial Península.
- (1994) *Conocimiento y poder*. Madrid: Editorial La Piqueta.
- ELLIOT, Philip (1982) "Press Performance as Political Ritual" en Christian, Harry (ed.) *The Sociology of Journalism and the Press*. Keele: University of Keele, pp. 141-177.
- ELLISON, Nicole; HEINO, Rebecca y GIBBS, Jennifer (2007) "Managing Impressions Inline: Self-Presentation Processes in the On-Line Dating Environment." *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(2), enero, 415-441.
- EMMISON, Michael y SMITH, Philip (2000) *Researching the Visual: Images, Objects, Contexts and Interactions in Social and Cultural Inquiry*. Londres: Sage Publications.
- ENTMAN, Robert M. (1993) "Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm." *Journal of Communication*, 43(4), diciembre, 51-58.
- ERIKSON, Erik H. (1972) *Sociedad y adolescencia*. México: Siglo XXI Editores.
- (1970) *Infancia y sociedad*. Buenos Aires: Editorial Hormé.
- (1974) *Identidad, juventud y crisis*. Buenos Aires: Paidós.
- ESCANDELL VIDAL, María Victoria (1996) *Introducción a la pragmática*. Barcelona: Editorial Ariel.
- ESPINET I BURUNAT, Francesc (1997) "Un corpus de 'historias de vida' catalanas del siglo XX." *Boletín de la Unidad de Estudios Biográficos*, 2, Universitat de Barcelona, Barcelona, 27-38.
- (1997) *Noticia, imatge, simulacre. La recepció de la societat de comunicació de masses a Catalunya, de 1888 a 1939*. Bellaterra: Publicacions de l'Universitat Autònoma de Barcelona.
- ESTEBAN, Mari Luz (2004) *Antropología del cuerpo. Género, itinerarios corporales, identidad y cambio*. Bellaterra: Ediciones Bellaterra.
- ESTEVA FABREGAT, Claudio (1993) *Cultura, sociedad y personalidad*. Barcelona: Anthropos Editorial.
- ETTEMA, James S. (1990) "Press Rites and Race Relations. A Study of Mass-Mediated Ritual." *Critical Studies in Mass Communication*, 7(4), 309-333.
- FABBRI, Paolo (1998) *El giro semiótico. Las concepciones del signo a lo largo de su historia*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- FABIÁN ORZA, Gustavo (2000) *Formatos clonados: Una aproximación al carácter transcultural de los nuevos géneros televisivos*. Tesis de Maestría. Bellaterra: Publicacions de l'Universitat Autònoma de Barcelona.

- FABRIS, Adriano (2001) *El giro lingüístico: Hermenéutica y análisis del lenguaje*. Madrid: Editorial Akal.
- (2009) “Los sentidos de lo virtual.” *Eikasia. Revista de Filosofía*, 24, abril, Oviedo. En línea: <http://www.revistadelosofia.org> [10/12/2011].
- FAIRBAIRN, W. Ronald D. (1978) *Estudio psicoanalítico de la personalidad*. Buenos Aires: Editorial Hormé.
- FAIRCLOUGH, Norman (1989) *Language and Power*. Londres: Longman.
- (1992) *Discourse and Social Change*. Cambridge: Polity Press.
- (1995) *Critical Discourse Analysis. The Critical Study of Language*. Londres: Longman.
- (1995) *Media Discourse*. Londres: Arnold Publishers.
- FANON, Frantz (1968) *The Wretched of the Earth*. Nueva York, NY: Grove Press.
- (1986) *Black Skin, White Masks*. Londres: Pluto Press.
- FEILITZEN, Cecilia y LINNE, Olga (1975) “Identifying with Television Characters.” *Journal of Communication*, 25(4), diciembre, 51-55.
- FEIN, Steven y SPENCER, Steven J. (1997) “Prejudice as Self-image Maintenance: Affirming the Self through Derogating Others.” *Journal of Personality and Social Psychology*, 73(1), julio, 31-44.
- FEIXA, Carles (1988) *La tribu juvenil. Una aproximación transcultural a la juventud*. Turin: Edizioni l’Occhiello.
- (1989) “Pijos, progres y punks. Hacia una antropología de la juventud urbana.” *Revista de Estudios de Juventud*, 34, Instituto de la Juventud (Injuve), 69-78.
- (1996) “Antropología de las edades” en Prat, Joan y Martínez, Ángel (eds.) *Ensayos de antropología cultural. Homenaje a Claudio Esteva-Fabregat*. Barcelona: Editorial Ariel, pp. 319-335.
- (1998) *De jóvenes, bandas y tribus*. Barcelona: Editorial Ariel.
- (2000) “Generación @. La juventud en la era digital.” *Revista Nómadas*, 13, octubre, Universidad Central, Bogotá, 76-91.
- (2000) “La imaginació autobiogràfica.” *L’avenç: Revista d’història i cultura*, 252, Barcelona, 16-27.
- FERNÁNDEZ PICHEL, Samuel (2010) “Mitos e imaginarios colectivos.” *Frame*, 6, febrero, 265-284.
- FERNÁNDEZ, Antonio (1996) *Historia del mundo contemporáneo*. Barcelona: Editorial Vicens Vives.
- FERNANDEZ-Zoila, Adolfo (1999) *Récits de vie et crises d’existence*. París: Editions L’Harmattan.

- FERRARA, Alessandro (2002) *Autenticidad reflexiva. El proyecto de la modernidad después del giro lingüístico*. Madrid: Editorial Machado.
- FERRAROTTI, Franco (1990) *Time, Memory and Society*. Westport, CT: Greenwood Press.
- FERRATER MORA, José (1973) *Diccionario de Filosofía*. Buenos Aires: Editorial Sudamérica.
- FESTINGER, Leon (1954) "A Theory of Social Comparison Processes." *Human Relations*, 7, 117-140.
- FIERRO, Alfredo (1993) *Para una ciencia del sujeto. Investigación de la persona(lidad)*. Barcelona: Anthropos Editorial.
- FILÓSTRATO (1979) *Vida de Apolonio de Tiana*. Madrid: Editorial Gredos.
- (2002) *Vidas de los sofistas*. Madrid: Editorial Gredos.
- FISH, Stanley (1980) *Is There a Text in This Class? The Authority of Interpretive Communities*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- FISKE, John (1987) "British Cultural Studies and Television" en Allen, Robert D. (ed.) *Channels of Discourse, Reassembled. Television and Contemporary Criticism*. Chapel Hill, NC: The University of North Carolina Press, pp. 284-326.
- (1987) *Television Culture*. Londres: Methuen.
- y HARTLEY, John (1978) *Reading TV*. Londres: Methuen.
- FOKKEMA, Douwe W. e IBSCH, Elrud (1988) *Teorías de la literatura del siglo XX: Estructuralismo, marxismo, teoría de la recepción, semiótica*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- FORD, Anibal (2001) *Las marcas de la bestia*. Buenos Aires: Norma Editorial.
- FOUCAULT, Michel (1972) *Histoire de la folie à l'âge classique*. París: Editions Gallimard.
- (1990) *Tecnologías del yo*. Barcelona: Paidós.
- (1992) "Verdad y poder" en Várela, Julia y Álvarez-Uría, Fernando (eds.) *Michel Foucault. Microfísica del poder*. Madrid: Editorial La Piqueta, pp. 7-31.
- (1992) *Vigilar y castigar*. Madrid: Siglo XXI Editores.
- (1998) "El sujeto y el poder. Por qué estudiar el poder: La cuestión del sujeto." *Texto y contexto*, 35, abril-junio, 7-24.
- (1999) *Estética, ética y hermenéutica*. Barcelona: Paidós.
- (2005) *Historia de la sexualidad. La voluntad de saber*, vol. 3 Madrid: Siglo XXI Editores.
- FOUTS, Gregory T. y BURGGRAF, Kimberley (2000) "Television Situation Comedies: Female Weight, Male Negative Comments, and Audience Reactions." *Sex Roles*, 42(9-10), 925-932.
- FOWLER, Roger (1991) *Language in the News: Discourse and Ideology in the Press*. Londres: Routledge.

- ; HODGE, Bob *et al.* (1979) *Language and Control*. Londres: Routledge & Kegan Paul.
- FRASER, Benson P. y BROWN, William J. (2002) "Media, Celebrities, and Social Influence: Identification with Elvis Presley." *Mass Communication and Society*, 5(2), 183-206.
- FRASER, Nancy (1989) *Unruly Practices: Power, Discourse, and Gender in Contemporary Social Theory*. Minneapolis, MN: University of Minnesota Press.
- FRAZER, James (1982) *La rama dorada*. México: Fondo de Cultura Económica.
- FREDRIC, Jameson y Zizek, Slavoj (1998) *Estudios culturales. Reflexiones sobre el multiculturalismo*. Buenos Aires: Paidós.
- FREEMAN, Mark (1993) *Rewriting the Self. History, Memory, Narrative*. Londres: Routledge.
- (2007) "Life 'on holiday'" en Bamberg, Michael (ed.) *Narrative-State of the Art*. Ámsterdam: John Benjamins, pp. 155-163.
- FREUD, Sigmund (1949) *An Outline of Psychoanalysis*. Nueva York, NY: Norton.
- (1979) *La interpretación de los sueños*. Madrid: Alianza Editorial.
- (1999) "La identificación" en *Obras completas*, vol. 18. Buenos Aires: Amorrortu Editores, pp. 99-115.
- (2000a) *Psicología de las masas*. Madrid: Alianza Editorial.
- (2000b) "Lo inconciente" en *Obras completas*, vol. 14. Buenos Aires: Amorrortu Editores, pp. 153-201.
- (2009) *El yo y el ello y otros escritos de metapsicología*. Madrid: Alianza Editorial.
- FRIEDMAN, Georges (1950) *Où va le travail humain*. París: Editions Gallimard.
- FRYE, Northrop (1991) *La anatomía de la crítica*. Caracas: Monte Ávila Editores Latinoamericana.
- FUJIOKA, Yuki (1999) "Television Portrayals and African-American Stereotypes: Examination of Television Effects When Direct Contact is Lacking." *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 76(1), 52-75.
- FUSS, Diana (1989) *Essentially Speaking*. Nueva York, NY: Routledge.
- GABLER, Neal (2000) *Life: The Movie*. Nueva York, NY: Vintage Books.
- GADAMER, Hans-Georg (2007) *Verdad y método*. Salamanca: Ediciones Sígueme.
- GAERTNER, Samuel L.; DOVIDIO, John F. *et al.* (1993) "The Common Ingroup Identity Model: Recategorization and the Reduction of Intergroup Bias." *European Review of Social Psychology*, 4(1), 1-26.
- GALÁN, Elena (2007) *La imagen social de la mujer en las series de ficción*. Cáceres: Publicaciones de la Universidad de Extremadura.
- GALICIAN, Mary-Lou (2004) *Sex, Love and Romance in the Mass Media: Analysis and Criticism of Unrealistic Portrayals and Their Influence*. Filadelfia, PA: Lawrence Erlbaum Associates.

- GAMSON, William A. y MODIGLIANI, Andre (1987) "The Changing Culture of Affirmative Action." *Research in Political Sociology*, 3(2), 137-177.
- GANDY JR., Oscar H. (2000) "Exploring Identity and Identification in Cyberspace." *Notre Dame Journal of Law, Ethics and Public Policy*, 14(2), 1085-1111.
- GARCÍA CALVO, Agustín (1989) *Hablando de lo que habla*. Zamora: Editorial Lucina.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor (2006) *Diferentes, desiguales y desconectados*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- GAUNTLETT, David (2002) *Media, Gender and Identity: An introduction*. Londres: Routledge.
- GEE, James P. (2005) *An Introduction to Discourse Analysis. Theory and Method*. Nueva York, NY: Routledge.
- GEERTZ, Clifford (1981) *La interpretación de las culturas*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- GEIGER, Seth F. y REEVES, Byron (1991) "The Effects of Visual Structure and Content Emphasis on the Evaluation and Memory for Political Candidates" en Biocca, Frank (ed.) *Television and Political Advertising. Psychological processes*, vol. 1. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, pp. 125-143.
- y REEVES, Byron (1993) "The Effects of Scene Changes and Semantic Relatedness on Attention to Television." *Communication Research*, 20(2), abril, 155-175.
- GENETTE, Gérard (1983) *Nouveau discours du récit*. París: Editions du Seuil.
- GEORGAKOPOULOU, Alexandra y GOUTSOS, Dionysis (1997) *Discourse Analysis. An Introduction*. Edimburgo: Edinburgh University Press.
- GERBNER, George; GROSS, Larry *et al.* (1980) "Aging with Television: Images on Televisión Drama and Conceptions of Social Reality." *Journal of Communication*, 30(1), marzo, 37-47.
- GERGEN, Kenneth J. (1992) *El yo saturado. Dilemas de la identidad en el mundo contemporáneo*. Barcelona: Paidós.
- (1996) *Realidades y relaciones. Aproximaciones a la construcción social*. Barcelona: Paidós.
- (1999) *An Invitation to Social Construction*. Londres: Sage Publications.
- GERSHON, Shafir (1998) *The Citizenship Debates: A Reader*. Minneapolis, MN: University of Minnesota Press.
- GIDDENS, Anthony (1995) *Modernidad e identidad del yo. El yo y la sociedad en la época contemporánea*. Barcelona: Editorial Península.
- GIES, Lieve (2009) "How Material are Cyberbodies. Broadband Internet and Embodied Subjectivity." *Crime Media Culture*, 4(3), 311-330.
- GILES, David C. (2002) "Parasocial Interaction: A Review of the Literature and a Model for Future Research." *Media Psychology*, 4(3), 279-305.

- y Maltby, John (2004) "The Role of Media Figures in Adolescent Development: Relations between Autonomy, Attachment, and Interest in Celebrities." *Personality and Individual Differences*, 36(4), 813-822.
- GILL, Rosalind (2007) *Gender and the Media*. Cambridge: Polity Press.
- GILROY, Paul (1998) "Los estudios culturales británicos y las trampas de la identidad" en Curran, James; Morley, David y Walkerdine, Valerie (comps.) *Estudios culturales y comunicación. Análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el posmodernismo*. Barcelona: Paidós.
- GIOVANELLI, Giuliana y MUCCIARELLI, Giuseppe (1978) *Lo studio psicologico del tempo*. Bologna: Cappelli Editore.
- GIRARD, Alain (1963) *Le journal intime*. París: Presses Universitaires de France.
- GITLIN, Todd (1980) *The Whole World Is Watching: Mass Media in the Making and Unmaking of the New Left*. Berkeley, CA: University of California Press.
- (1983) *Inside Prime Time*. Nueva York, NY: Pantheon Books.
- GLASGOW UNIVERSTIY MEDIA GROUP (1976) *Bad News*. Londres: Routledge & Kegan Paul.
- GLASS, James M. (1993) *Shattered Selves: Multiple Personality in a Postmodern World*. Nueva York, NY: Cornell University Press.
- GLEIZER, Marcela (1997) *Identidad, subjetividad y sentido en las sociedades complejas*. México: Juan Pablos Editor.
- GLUCKMAN, Max (1978) *Política, derecho y ritual en la sociedad tribal*. Madrid: Editorial Akal.
- GOETHE, Johann Wolfgang von (1999) *Poesía y verdad*. Bracelona: Alba Editorial.
- GOFFMAN, Erving (1959) *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- (1963) *Estigma, la identidad deteriorada*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- (1970) *Ritual de la interacción*. Buenos Aires: Editorial Tiempo Contemporáneo.
- (2006) *Frame Analysis. Los marcos de la experiencia*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- GOLDSTEIN, Noah J. y CIALDINI, Robert B. (2007) "The Spyglass Self: A Model of Vicarious Self-perception." *Journal of Personality and Social Psychology*, 92(3), marzo, 402-417.
- GÓMEZ DE LIAÑO, Ignacio (2000) *Filósofos griegos, videntes judíos*. Madrid: Ediciones Siruela.
- GÓMEZ GARCÍA, Pedro (coord.) (2001) *Las ilusiones de la identidad*. Madrid: Frónesis-Cátedra.

- GÓMEZ, Pedro A. (2001) "Imaginarios sociales y análisis semiótico. Una aproximación a la construcción narrativa de la realidad." *Cuadernos*, 17, febrero, Universidad de Jujuy, San Salvador de Jujuy, 195-209.
- GOMILLON, Sarah C. y GIULIANO, Traci A. (2011) "The Influence of Media Role Models on Gay, Lesbian, and Bisexual identity." *Identities: Global Studies in Culture and Power*, 58(3), febrero, 330-354.
- GONZALES, Amy L. y HANCOCK, Jeffrey T. (2008) "Identity Shift in Computer Mediated Environments." *Media Psychology*, 11(2), 167-185.
- GONZÁLEZ REQUENA, Jesús (1989) *El espectáculo informativo o la amenaza de lo real*. Madrid: Editorial Akal.
- (1999) *El discurso televisivo: Espectáculo de la posmodernidad*. Barcelona: Ediciones Cátedra.
- GOODMAN, Irene F. (1983) "Television's Role in Family Interaction: A Family Systems Perspective." *Journal of Family Issues*, 4, junio, 405-424.
- GOODMAN, Nelson (1984) *Of Mind and Other Matters*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- GOODY, Jack (1977) "Against 'Ritual': Loosely Structure Thoughts on a Loosely Defined Topic" en Moore, Sally F. y Meyerhoff, Barbara (eds.) *Secular Ritual*. Assen: Van Gorcum, pp. 3-24.
- GRACIELA PARDO, Neyla (2007) *Discurso, impunidad y prensa*. Bogotá: Publicaciones de la Universidad Nacional de Colombia.
- GRAF, Peter y SCHACTER. Daniel L. (1985) "Implicit and Explicit Memory for New Associations in Normal and Amnesic Subjects." *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, 11(3), julio, 501-518.
- GRAMSCI, Antonio (1971) *La política y el Estado moderno*. Barcelona: Editorial Península.
- GRASMUCK, Sherri; MARTIN, Jason y ZHAO, Shanyang (2009) "Ethno-racial Identity Displays on Facebook." *Journal of Computer-Mediated Communication*, 15(1), octubre, 158-188.
- GRAVES, Sherryl Browne (1999) "Television and Prejudice Reduction: When Does Television as a Vicarious Experience Make a Difference?" *Journal of Social Issues*, 55(4), 707-727.
- GRAY, Mary L. (2009) "Negotiating Identities/ Queering Desires: Coming out Online and the Temediation of the Coming-out Story." *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14(4), julio, 1162-1189.

- GREEN, Melanie C.; BROCK, Timothy C. y KAUFMAN, Geoff (2004) "Understanding Media Enjoyment: The Role of Transportation into Narrative Worlds." *Communication Theory*, 14(4), noviembre, 311-327.
- GREENBERG, Bradley S. (1986) "Minorities and the Mass Media" en BRYANT, Jennings y ZILLMANN, Dolf (eds.) *Perspectives on Media Effects*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, pp. 165-188.
- ; MASTRO, Dana y BRAND, Jeffrey E. (2002) "Minorities in the Mass Media: Television into the 21st Century" en BRYANT, Jennings y ZILLMANN, Dolf (eds.) *Media Effects: Advances in Theory and Research*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, pp. 333-351.
- GREENFIELD, Patricia M. (1984) *Mind and the Media. The Effects of Television, Computers and Video Games*. Londres: Fontana Paperbacks.
- GREIMAS, Algirdas J. (1973) *Del sentido*. Madrid: Editorial Gredos.
- GRICE, Paul (1968) "Utterer's Meaning, Sentence Meaning and Wordmeaning" en Davis, Steven (ed.) (1991) *Pragmatics: A Reader*. Nueva York, NY: Oxford University Press, pp. 65-76.
- (1975) "Logic and conversation" en Cole, Peter y Morgan, Jerry L. (eds.) *Syntax and Semantics: Speech Acts*, vol. 3. Nueva York, NY: Academic Press, pp. 41-58.
- GRODIN, Debra (1991) "The Interpreting Audience: The Therapeutics of Self-help Book Reading." *Critical Studies in Mass Communication*, 8(4), 404-420.
- y LINDOF, Thomas R. (1996) *Constructing the Self in a Mediated World*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- GROSS, Larry P. (2001) *Up from invisibility: Lesbians, Gay Men, and the Media in America*. Nueva York, NY: Columbia University Press.
- GUBERN, Román (2002) *Máscaras de la ficción*. Barcelona: Editorial Anagrama.
- GUIDANO, Vittorio (1998, septiembre) Los procesos del self: continuidad versus discontinuidad. Conferencia dictada para el VI Congreso Internacional de Constructivismo en Psicoterapia, Siena. En línea:
<http://www.inteco.cl/articulos/008/index.htm> [1/11/2011].
- (2001) *El modelo cognitivo postracionalista: Hacia una reconceptualización teórica y clínica*. Bilbao: Editorial Desclée de Brouwer.
- GUNTRIP, Harry (1995) *Personality Structure and Human Interaction. The Developing Síntesis of Psychodynamic Theory*. Londres: Karnac Books.
- GUREVITCH, Aaron (1997) *Los orígenes del individualismo europeo*. Barcelona: Editorial Crítica.
- GURVITCH, Georges (1969) *Dialéctica y sociología*. Madrid: Alianza Editorial.

- HABERMAS, Jürgen (1988) *La lógica de las ciencias sociales*. Madrid: Editorial Tecnos.
- HALBERSTAM, Judith (2005) *In a Queer Time and Place: Transgender Bodies, Subcultural Lives*. Nueva York, NY: New York University Press.
- HALBWACHS, Maurice (1968) *La mémoire collective*. París: Presses Universitaires de France.
- (2004) *Los marcos sociales de la memoria*. Rubí: Anthropos Editorial.
- HALL, Alice (2003) "Reading Realism: Audiences' Evaluations of the Reality of Media Texts." *Journal of Communication*, 53(4), 624-641.
- HALL, Stuart (1980) "Encoding/Decoding" en Hall, Stuart; Hobson, Doroty *et al.* (eds.) *Cultura, Media, Language*. Londres: Hutchinson, pp. 128-138.
- (ed.) (1997) *Representation. Cultural Representations and Signifying Practices*. Londres: Sage Publications.
- y DU GAY, Paul (comps.) (2003) *Cuestiones de identidad cultural*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- HAMILTON, David L. y TRAILER, Tina K. (1986) "Stereotypes and Stereotyping: An Overview of the Cognitive Approach" en DOVIDIO, John F. y GAERTNER, Samuel L. (eds.) *Prejudice, Discrimination, and Racism*. Nueva York, NY: Academic Press, pp. 127-163.
- HANDKE, Peter (2000) *Fantasías de la repetición*. Santa Cruz de Tenerife: Editorial Prames.
- HANKISS, Agnes (1981) "Ontologies of the Self: On the Myth of One's Life Story" en BERTAUX, Daniel (ed.) *Biography and Society: The Life History Approach in the Sciences*. Beverly Hills, CA: Sage Publications, pp. 203-209.
- HARAWAY, Donna J. (1985) "Manifiesto for Cyborgs: Science, Technology, and Socialist Feminism in the 1980s." *Socialist Review*, 80, 65-108.
- (1990) *Simians, Cyborgs and Women*. Londres: Association Books.
- (1995) *Ciencia, cyborgs y mujeres: La reinención de la naturaleza*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- HARDING, Sandra (2000) "Gender, Development, and Post-Enlightenment Philosophies of Science" en NARAYAN, Uma y HARDING, Sandra (eds.) *Decentering the Center. Philosophy for a Multicultural, Postcolonial, and Feminist World*. Bloomington, IN: Indiana University Press, pp. 240-261.
- HARGREAVES, Duane A. y TIGGEMANN, Marika (2009) "Muscular Ideal Media Images and Men's Body Image: Social Comparison Processing and Individual Vulnerability." *Psychology of Men and Masculinity*, 10(2), 109-119.
- HARING, Douglas G. (ed.) (1956) *Personal Character and Cultural Milieu*. Syracuse, Nueva York, NY: Syracuse University Press.

- HARPER, Brit J. y TIGGEMANN, Marika (2008) "The Effect of Thin Ideal Media Images on Women's Self-objectification, Mood, and Body Image." *Sex Roles*, 58(9-10), 649-657.
- HARRIS, Cheryl y ALEXANDER, Alison (1998) *Theorizing Fandom: Fans, Subculture, and Identity*. Cresskill, NJ: Hampton Press.
- HARRIS, Zelig (1952) "Discourse Analysis." *Language*, 28, 474-494.
- HARRISON, Kirsten y CANTOR, Joanne (1997) "The Relationship between Media Consumption and Eating Disorders." *Journal of Communication*, 47(1), marzo, 94-104.
- (2000) "The Body Electric: Thin-ideal Media, and Eating Disorders in Adolescents." *Journal of Communication*, 50(3), septiembre, 119-143.
- (2006) "Scope of the Self: Toward a Model of Television's Effects on Self-Complexity in Adolescence." *Communication Theory*, 16(2), mayo, 251-279.
- HARVEY, David (1990) *La condición de la posmodernidad*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- HARWOOD, Jake (1999) "Age Identification, Social Identity Gratifications, and Television Viewing." *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 43(1), 123-136.
- HAUSER, Gerard (1999) *Vernacular Voices: The Rhetoric of Publics and Publics Spheres*. Columbia, SC: University of South Carolina Press.
- HAWKINS, Robert P. (1977) "The Dimensional Structure of Children's Perceptions of Television Reality." *Communication Research*, 4(3), julio, 299-320.
- y PINGREE, Suzanne (1980) "Some Processes in the Cultivation Effect." *Communication Research*, 7(2), abril, 193-226.
- y PINGREE, Suzanne (1982) "Television Influence on Constructions of Social Reality" en Pearl, David; Bouthilet, Lorraine y Lazar, Joyce B. (eds.) *Television and Behavior: Ten Years of Scientific Progress and Implications for the Eighties*. Washington, DC: Technical Reports. U. S. Government Printing Office, pp. 224-247.
- y PINGREE, Suzanne (1983) "Television's Influence on Social Reality" en Wartella, Ellen; Whitney, Charles y Windhal, Sven (comps.) *Mass Communication Review Yearbook*, vol. 4. Beverly Hills, CA: Sage Publications, pp. 53-76.
- HEGEL, Georg Wilhelm Friedrich (1966) *Fenomenología del espíritu*. México: Fondo de Cultura Económica.
- HEIDEGGER, Martin (2008) *El concepto de tiempo*. Barcelona: Herder Editorial.
- (2009) *El ser y el tiempo*. Madrid: Editorial Trotta.
- HENRY, Michel (1987) *Philosophie et phénoménologie du corps*. París: Presses Universitaires de France.

- HERDER, Johann G. (1982) *Una metacrítica de la Crítica de la razón pura*. Madrid: Alfaguara.
- HERITIER, François (1977) "L'identité Samo" en LÉVI-STRAUSS, Claude (dir.) *L'identité*. Seminario en el Collège de France. París: Presses Universitaires de France.
- HERMAN, Edward y CHOMSKY, Noam (1988) *Manufacturing Consent*. Nueva York, NY: Pantheon Books.
- HERRERO GIL, Marta (2008) "Introducción a las teorías del imaginario. Entre la ciencia y la mística." *Revista de Ciencia de las Religiones*, 13, Universidad Complutense de Madrid, Madrid, 241-258.
- HERZOG, Herta (1944) "What Do We Really Know about Daytime Serial Listeners?" en LAZARFELD, Paul y STANTON, Fred (comp.) *Radio Research, 1942-1943*. Nueva York, NY: Duell, Sloan & Pearce.
- HIGUERO, Francisco J. (2006) "La contextualización moral del sujeto en el pensamiento de Charles Taylor." *Convivium: Revista de Filosofía*, 19, Universitat de Barcelona, Barcelona, 101-116.
- HILL, Annette (2005) *Reality TV. Audiences and Popular factual TV*. Londres: Routledge.
- HILLMAN, James (2007) *Pan y pesadilla*. Girona: Ediciones Atalanta.
- HIRSCHBERGER, Johannes (1982) *Historia de la Filosofía*. Barcelona: Herder Editorial.
- HOBBSAWM, Eric (1999) *L'âge des extrêmes. Histoire du court XX^e siècle 1914-1991*. París: Les Editions Complexe.
- y RANGER, Terenci (eds.) (2002) *La invención de la tradición*. Barcelona: Editorial Crítica.
- HOBSON, Dorothy (1982) *Crossroads: The Drama of a Soap-Opera*. Londres: Methuen.
- HOEKEN, Hans (2008, mayo) "Narrative Persuasion and Identification: Mediating Mechanism in Narrative Persuasion: The Importance of Identification." Comunicación presentada en la Conferencia anual de la ICA (International Communication Association), Montreal.
- HOFFNER, Cynthia (1996) "Children's Wishful Identification and Parasocial Interaction with Favorite Television Characters." *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 40(3), 389-402.
- y BUCHANAN, Martha (2005) "Young Adults' Wishful Identification with Television Characters: The Role of Perceived Similarity and Character Attributes." *Media Psychology*, 7(4), 325-351.
- y CANTOR, Joanne (1991) "Perceiving and Responding to Mass Media characters" en Bryant, Jennings y Zillmann, Dolf (eds.) *Responding to the Screen: Reception and Reaction Processes*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, pp. 63-103.

- HOGG, Michael A. y ABRAMS, Dominic (1988) *Social Identifications: A Social Psychology of Intergroup Relations and Group Processes*. Londres: Routledge.
- y HARDIE, Elizabeth A. (1992) "Prototypicality, Conformity and Despersonalized Attraction: A Self-Categorization Analysis of Groups Cohesiveness." *British Journal of Social Psychology*, 31(1), marzo, 41-46.
- HOLBROOK, R. Andrew y HILL, Timothy G. (2005) "Agenda-setting and Priming in Prime Time Television: Crime Dramas as Political Cues." *Political Communication*, 22(3), 277-295.
- HOOVER, Stewart M. (1988) "Television, Myth and Ritual: The Role of Substantive Meaning and Spatiality" en CAREY, James (ed.) *Media, Myths and Narratives*. Newbury Park, CA: Sage Publications, pp. 161-178.
- HUESMANN, L. Rowell; LAGERSPETZ, Kirsti y ERON, Leonard D. (1984) "Intervening Variables in the TV Violence-agresion Relation: Evidence for Two Countries." *Developmental Psychology*, 20(5), septiembre, 746-775.
- HUGHES-FREELAND, Felicia (1998) "From Temple to Television: the Balinese Case" en HUGHES-FREELAND, Felicia y CRAIN, Mary M. (eds.) *Recasting Ritual: Performance, Media, Identity*. Londres: Routledge, pp. 44-67.
- HUME, David (1981) *Tratado de la naturaleza humana*. Madrid: Editora Nacional.
- HUNT, Scott A.; BENFORD, Robert D. y SNOW, David (1994) "Marcos de acción colectiva y campos de identidad" en LARAÑA, Enrique; JOHNSON, Hank y GUSFIELD, Joseph R. (eds.) *Los nuevos movimientos sociales. De la ideología a la identidad*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas, pp. 221-249.
- HUSSERL, Edmund (1991) *La crisis de las ciencias europeas y la fenomenología trascendental*. Barcelona: Editorial Crítica.
- (2002) *Lecciones de fenomenología de la conciencia interna del tiempo*. Madrid: Editorial Trotta.
- IBÁÑEZ, Tomás (2003) "El giro lingüístico" en ÍÑIGUEZ, Lupicinio (coord.) *Análisis del discurso. Manual para las ciencias sociales*. Barcelona: Editorial UOC, pp. 21-42.
- IGARTUA, Juan José y MUÑIZ, Carlos (eds.) (2007) *Medios de comunicación, inmigración y sociedad*. Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca.
- INNERARITY, Daniel (2001) *Ética de la hospitalidad*. Barcelona: Editorial Península.
- ÍÑIGUEZ, Lupicinio (2002) "Identidad: De lo personal a lo social. Un recorrido conceptual" en CRESPO, Eduardo (ed.) *La constitución social de la subjetividad*. Madrid: Ediciones Catarata, pp. 209-255.
- (2003, octubre) "La psicología social en la encrucijada post-construccionista: Historicidad, subjetividad, performatividad, acción." Conferencia de apertura del

- XII Encuentro Nacional da ABRAPSO, Universidad Católica Pontificia de Rio Grande do Sur, Porto Alegre.
- IYENGAR, Shanto (1991) *Is Anyone Responsible?* Chicago, IL: University of Chicago Press.
- JACOBSON, Edith (1964) *The Self and the Object World*. Nueva York, NY: International Universities Press.
- JAMES, William (1989) *Principios de psicología*. México: Fondo de Cultura Económica.
- JAMESON, Frederic (1991) *El posmodernismo o la lógica cultural del capitalismo avanzado*. Madrid: Paidós Studio.
- JANKÉLÉVITCH, Vladimir (1943) *Du mensonge*. Lyon: Editions Confluences.
- JENKINS, Henry (1992) *Textual Peachers: Television Fans and Participatory Culture*. Nueva York, NY: Routledge.
- JENKINS, Richard (2004) *Social Identity*. Nueva York, NY: Routledge.
- JENOFONTE (2000) *Ciropedia*. Madrid: Editorial Gredos.
- JIMÉNEZ, José (1993) *Cuerpo y tiempo. La imagen de la metamorfosis*. Barcelona: Editorial Destino.
- JOHNSON, Mark (1991) *El cuerpo en la mente*. Madrid: Editorial Debate.
- JOHNSTONE, Barbara (2002) *Discourse Analysis*. Oxford: Blackwell Publishing.
- JONES, Steven (1997) *Virtual Culture: Identity and Communication in Cyberspace*. Londres: Sage Publications.
- JUNG, Carl Gustav (1949) *Psychology of the Unconscious*. Nueva York, NY: Dodd, Mead & Company.
- (1995) *El hombre y sus símbolos*. Barcelona: Paidós.
- (2008) *Acerca de la psicología de la religión occidental y la religión oriental*. Madrid: Editorial Trotta.
- (2009) *Las relaciones entre el yo y el inconsciente*. Barcelona: Paidós.
- (2011) *Arquetipos e inconsciente colectivo*. Barcelona: Paidós.
- KAMA, Amit (2002) "The Quest of Inclusion: Jewish-Israeli Gay Men's Perception of Gays in the Media." *Feminist Media Studies*, 2(2), julio, 195-212.
- (2005) "A Unrelating Mental Press: Israeli Gay Men's Ontological Duality and its Discontent." *The Journal of Men's Studies*, 13(2), enero, 168-184.
- KANAGAWA, Chie; CROSS, Susan E. y MARKUS, Hazel Rose (2001) "Who Am I? The Cultural Psychology of the Conceptual Self" *Personality and Social Psychology Bulletin*, 27(1), enero, 90-103.
- KANDEL, Eric (2007) *En busca de la memoria. El nacimiento de una nueva ciencia de la mente*. Buenos Aires: Katz Editores.
- KANT, Immanuel (1967) *Crítica de la razón pura*. Buenos Aires: Editorial Losada.

- (2002) *Fundamentación para una metafísica de las costumbres*. Madrid: Alianza Editorial.
- KARDINER, Abraham (1945) *El individuo y su sociedad*. México: Fondo de Cultura Económica.
- (1955) *Las fronteras psicológicas de la sociedad*. México: Fondo de Cultura Económica.
- KATZ, Jerrold J. (1971) *Filosofía del lenguaje*. Barcelona: Ediciones Martínez Roca.
- (1976) *La estructura de una teoría semántica*. México: Siglo XXI Editores.
- KELLNER, Douglas (1995) *Media Culture: Cultural Studies, Identity Politics between the Modern and the Postmodern*. Londres: Routledge.
- (2003) "Media Culture and the Triumph of the Spectacle" en *Media Spectacle*. Londres: Routledge, pp. 1-33.
- KENNEDY, Helen (2006) "Beyond Anonymity, or Future Directions for Internet Identity Research." *New media and Society*, 8(6), diciembre, 859-876.
- KERBI, Anthony Paul (1991) *Narrative and the Self*. Bloomington, IN: Indiana University Press.
- KERTZER, David I. (1988) *Ritual, Politics and Power*. New Haven, CT: Yale University Press.
- KEUPP, Heiner y HÖFER, Renate (1988) *Identitätsarbeit Heute. Klassische und aktuelle Perspektiven der Identitätsforschung*. Frankfurt: Suhrkamp.
- KIESLER, Sara B.; SIEGAL, Jane y MCGUIRE, Timothy W. (1984) "Social Psychological Aspects of Computer-mediated Communications." *American Psychologist*, 39(10), octubre, 1123-1134.
- KILBORN, Richard (2003) *Staging the Real. Factual TV Programming in the Age of Big Brother*. Mánchester: Manchester University Press.
- KINTSCH, Walter y VAN DIJK, Teun A. (1978) "Toward a Model of Text Comprehension and Production." *Psychological Review*, 85(5), septiembre, 363-394.
- y VAN DIJK, Teun A. (1983) *Strategies of Discourse Comprehension*. Nueva York, NY: Academic Press.
- KLIMMT, Christoph; HEFNER, Dorothee *et al.* (2010) "Identification with Video Game Characters as Automatic Shift of Self-perceptions." *Media Psychology*, 13(4), 323-338.
- ; HEFNER, Dorothee y VORDERER, Peter (2009) "The Video Game Experience as 'True' Identification: A Theory of Enjoyable Alterations of Players' Self-Perception." *Communication Theory*, 19(4), noviembre, 351-373.
- KLING, Rob (1996) "Synergies and Competitios between Life in Cyberspace and Face to Face Communities." *Social Science Computer Review*, 14(1), 50-54.

- KLUCKHOHN, Clyde (1945) "The Personal Document in Anthropological Science" en GOTTSCHALK, Louis; KLUCKHOHN Clyde y ANGELL, Robert (eds.) *The Use of Personal Documents in History, Anthropology and Sociology*. Nueva York, NY: Social Science Research Council, pp. 77-173.
- KOHLBERG, Lawrence (1992) *Psicología del desarrollo moral*. Bilbao: Editorial Desclée de Brouwer.
- KOSELLECK, Reinhart y GADAMER, Hans-Georg (1997) *Historia y hermenéutica*. Barcelona: Paidós.
- KOYRÉ, Alexandre (1971) *Mystiques, spirituels, alchimistes au XVIIe siècle allemand*. París: Editions Gallimard.
- KOZLOFF, Sarah (1987) "Narrative Theory and Television" en Allen, Robert D. (ed.) *Channels of Discourse, Reassembled. Television and Contemporary Criticism*. Chapel Hill, NC: The University of North Carolina Press, pp. 67-100.
- KRAMARAE, Cherie; SCHULZ, Muriel y O'BARR, William M. (eds.) (1984) *Language and Power*. Beverly Hills, CA: Sage Publications.
- KRISTEVA, Julia (1967) "Bakhtine, le mot, le dialogue et le roman." *Critique*, 23, 438-465.
- (1987) *El lenguaje, ese desconocido: Introducción a la lingüística*. Madrid: Editorial Fundamentos.
- LACAN, Jacques (1989) "El estadio del espejo como formador de la función del yo [Je] tal como se nos presenta en la experiencia analítica" en *Escritos*, vol. 1. Madrid: Siglo XXI Editores, pp. 86-93.
- LACLAU, Ernesto (1978) *Política e ideología en la teoría marxista: Capitalismo, fascismo, populismo*. México: Siglo XXI Editores.
- LAFONT, Cristina (1997) *Lenguaje y apertura del mundo. El giro lingüístico de la hermenéutica de Heidegger*. Madrid: Alianza Editorial.
- LAÍN Entralgo, Pedro (1983) *Teoría y realidad del otro*. Madrid: Alianza Editorial.
- LAKOFF, George (2007) *No pienses en un elefante. Lenguaje y debate político*. Madrid: Editorial Complutense.
- y JOHNSON, Mark (1995) *Metáforas de la vida cotidiana*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- LANG, Annie (1989) "Effects of Chronological Presentation of Information on Processing and Memory for Broadcast News." *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 33(4), 441-452.
- ; BOLLS, Paul *et al.* (1999) "The Effects of Production Pacing and Arousing Content on the Information Processing of Television Messages." *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 43(4), 451-475.
- ; DHILLON, Kulijinder y DONG, Qingwen (1995) "The Effects of Emotional Arousal and

- Valence on Television Viewers' Cognitive Capacity and Memory." *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 39(3), 313-327.
- LARIO Bastida, Manuel (ed.) (2006) *Medios de comunicación e inmigración*. Murcia: CAM-Obra Social.
- LARRONDO Ureta, Ainara (2005) "La Red al servicio de las mujeres. Aproximación a la relación mujer y medios de comunicación en Internet." *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 11, Universidad Complutense de Madrid, Madrid, 375-392.
- LASCH, Christopher (1991) *The Culture of Narcissism. American Life in An Age of Diminishing Expectations*. Nueva York, NY: Norton.
- LAZARSELD, Paul y KATZ, Elihu (1979) *La influencia personal. El individuo en el proceso de comunicación de masas*. Barcelona: Editor Hispano Europea.
- LE BRETON, David (1998) *Anthropologie du corps et modernités*. París: Presses Universitaires de France.
- LE GOFF, Jacques (1985) *L'imaginaire medieval. Essais*. París: Editions Gallimard.
- LE PLAY, P. G. Frédéric (1855) *Les ouvriers européens. Études sur les travaux, la vie domestique et la condition moral des populations ouvrières de l'Europe. Précédées d'un exposé de la méthode d'observation*. París: Imprimerie Impériale.
- LE SENNE, René (1930) *Le mesonge et le caractère*. París: F. Alcan Publisher.
- LEACH, Edmund (1977) *Sistemas políticos de la alta Birmania*. Barcelona: Editorial Anagrama.
- LEARY, Mary R. y PRICE, June (eds.) (2003) *Handbook of Self and Identity*. Nueva York, NY: Guilford Press.
- LEDROUT, Raymond (1987) "Société réelle et société imaginaire." *Cahiers Internationaux de Sociologie*, 82, 41-52.
- LEECH, Geoffrey (1983) *Principles of Pragmatics*. Londres: Longman.
- LEENHARDT, Maurice (1971) *Do kamo. La personne et le mythe dans le monde mélanésien*, París: Editions Gallimard.
- LEJEUNE, Philippe (1994) *El pacto autobiográfico y otros estudios*. Madrid: Editorial Megazul Endimion.
- y BOGAERT, Catherine (2003) *Un journal à soi. Histoire d'une pratique*. París: Editions Textuel.
- LEÓN, Bienvenido (2009) *Telerrealidad. El mundo tras el cristal*. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- LEVINSON, Stephen C. (1983) *Pragmatics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- LÉVI-STRAUSS, C. (1979) *Antropología estructural: Mito, sociedad y humanidades*. Madrid: Siglo XXI Editores.

- (1983) *Las estructuras elementales del parentesco*. México: Paidós.
- (2002) *Mito y significado*. Madrid: Alianza Editorial.
- (dir.) (1977) *L'identité*. Seminario en el Collège de France. París: Presses Universitaires de France.
- (2008) “¿La antropología en peligro de muerte?” *El Correo de la Unesco*, 5, noviembre, 39-46. En línea:
<http://unesdoc.unesco.org/images/0016/001627/162711s.pdf> [12/3/2011].
- LEWIS, Lisa (1992) *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media*. Nueva York, NY: Routledge.
- LIEBES, Tamar y KATZ, Elihu (1990) *The Export of Meaning: Cross-cultural Readings of “Dallas”*. Nueva York, NY: Oxford University Press.
- LIFTON, Robert J. (1968) “Protean Man.” *Partisan Review*, 35(1), 12-27.
- (1993) *The Protean Self: Human Reliance in the Age of Fragmentation*. Nueva York, NY: Bric Book.
- LINDGREN, Henry (1979) *Introducción a la psicología social*. México: Editorial Trillas.
- LINDLOF, Thomas R. (1988) “Media Audiences as Interpretative Communities” en ANDERSON, James A. (comp.) *Communication Yearbook*, 11. Newbury Park, CA: Sage Publications, pp. 81-107.
- (comp.) (1987) *Natural Audiencies. Qualitative Research of Media Uses and Effects*. Norwood, NJ: Ablex Publications.
- LINTON, Ralph (1936) *The Cultural Background of Personality*. Nueva York, NY: Appleton.
- (1945) *Cultura y personalidad*. México: Fondo de Cultura Económica.
- LINTVELT, Jaap (1981) *Essai de typologie narrative. Le point de vue. Thème et analyse*. París: Les Editions Corti.
- LINVILLE, Patricia W. (1985) “Self-complexity and Affective Extremity: Don’t Put All Your Eggs in One Cognitive Basket.” *Social Cognition*, 3(1), 94-120.
- LIPOVETSKY, Gilles (1983) *La era del vacío*. Barcelona: Editorial Anagrama.
- (1990) *El Imperio de lo efímero*. Barcelona: Editorial Anagrama.
- (2003) *Metamorfosis de la cultura liberal. Ética, medios de comunicación, empresa*. Barcelona: Editorial Anagrama.
- (2006) *Los tiempos hipermodernos*. Barcelona: Editorial Anagrama.
- LIPPMANN, Walter (1922) *Public Opinion*. Londres: George Allen & Unwin.
- LISÓN TOLOSANA, Carmelo (1997) *Las máscaras de la identidad. Claves antropológicas*. Barcelona: Editorial Ariel.
- LIVINGSTONE, Sonia M. (1998) *Making Sense of Television: The Psychology of Audience Interpretation*. Nueva York, NY: Routledge.

- LLAMAS, Ricardo (1998) *Teoría torcida. Prejuicios y discursos en torno a la homosexualidad*. Madrid: Siglo XXI Editores.
- LLLEDÓ, Emilio (1991) *El silencio de la escritura*. Madrid: Centro de Estudios Constitucionales.
- (1992) *El surco del tiempo. Meditaciones sobre el mito platónico de la escritura y la memoria*. Barcelona: Editorial Crítica.
- LLULL, James (1988) *World Families Watch Television*. Newbury Park, CA: Sage Publications.
- LOCKE, John (1980) *Ensayo sobre el entendimiento humano*. Madrid: Editora Nacional.
- LONG, George P. (1994) "Who Are You? Identity and Anonymity in Cyberspace." *University of Pittsburgh Law Review*, 55, University of Pittsburgh, Pittsburgh, PA, 1177-1213.
- LUCERGA, María José (2003) "Gregory Bateson: Lectura en clave semiótica de una aventura epistemológica del siglo XX." *Tonos, Revista electrónica de estudios filológicos*, 5, abril. En línea:
www.um.es/tonosdigital/znum5/perfiles/bateson.htm [15/5/2011].
- LUENGO, Ana (2004) *La encrucijada de la memoria. La memoria colectiva de la Guerra Civil Española en la novela contemporánea*. Berlín: Editorial Tranvía.
- LUHMANN, Niklas (1982) *The Differentiation of Society*. Nueva York, NY: Columbia University Press.
- (1991) *Sistemas sociales. Lineamientos para una teoría general*. México: Alianza Editorial.
- (2007) *La religión de la sociedad*. Madrid: Editorial Trotta.
- LUNT, Peter K. y LIVINGSTONE, Sonia M. (1992) *Mass Consumption and Personal Identity: Everyday Economic Experience*. Buckingham: Open University Press.
- LYNCH, Enrique (1997) *La lección de Sheherezade*. Barcelona: Editorial Anagrama.
- LYOTARD, Jean-François (1979) *La condition postmoderne*. París: Les Editions de Minuit.
- LYTTON, Strachey (1948) *Eminent Victorians*. Harmondsworth: Penguin Books.
- MAALOUF, Amin (2004) *Las identidades asesinas*. Madrid: Alianza Editorial.
- MACCOBY, Eleanor E. y WILSON, William C. (1957) "Identification and Observational Learning from Films." *Journal of Abnormal Social Psychology*, 55(1), julio, 76-87.
- MACHADO, Arlindo (2009) *El sujeto en la pantalla. La aventura del espectador, del deseo a la acción*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- MACINTYRE, Alasdair (1987) *Tras la virtud*. Barcelona: Editorial Crítica.
- (1992) *Tres versiones rivales de la ética*. Madrid: Ediciones Rialp.
- (1994) *Justicia y racionalidad: Conceptos y contextos*. Barcelona: Ediciones Internacionales Universitarias.

- MAFFESOLI, Michel (1977) *Lógica de la dominación*. Barcelona: Editorial Península.
- (1983) *La conquista del presente. Per una sociologia della vita quotidiana*. Rome: Ianua.
- (2003) “El imaginario social.” *Revista Anthropos*, 198, 149-153.
- (1990) *El tiempo de las tribus*. Barcelona: Icaria Editorial.
- MAHLER, Sarah J. y PESSAR, Patricia R. (2001) “Gendered Geographies of Power: Analyzing Gender Across Transnational Spaces.” *Identities: Global Studies in Culture and Power*, 7(4), mayo, 441-459.
- MAINE DE BIRAN, François-Pierre-Gonthier (1966) *De la existence: textes inédits*. París: Editions Vrin.
- MALINOWSKI, Bronislaw (1974) *Magia, ciencia y religión*. Barcelona: Editorial Ariel.
- (2000) *Los argonautas del Pacífico occidental*. Barcelona: Editorial Península.
- MAN, Paul de (1978) “The Epistemology of Metaphor.” *Critical Inquiry*, 5(1), 12-30.
- (1991) “La autobiografía como desfiguración.” *Revista Anthropos. Huellas del Conocimiento*, 29, 113-117.
- MARCIA, James E. (1966) “Development and Validation of Ego Identity Status.” *Journal of Personal Social Psychology*, 3(5), mayo, 551-558.
- MARÍAS, Julián (1954) *San Anselmo y el insensato y otros estudios de Filosofía*. Madrid: Revista de Occidente.
- MARKHAM, Annette N. (1998) *Life Online: Researching Real Experience in Virtual Space*. Walnut Creek. CA: Altamira Press.
- MARKUS, Hazel Rose (1977) “Self-Schemata and Processing Information about the Self.” *Journal of Personality and Social Psychology*, 35(2), febrero, 63-78.
- y NURIUS, Paula (1986) “Possible Selves.” *American Psychologist*, 41(9), septiembre, 954-959.
- y WURF, Elissa (1987) “The Dynamic Self Concept: A Social Psychological Perspective” en ROSENZWEIG, Mark R. y PORTER, Lyman W. (eds.) *Annual Review of Psychology*, vol. 38. Palo Alto, CA: Annual Reviews, pp. 299-337.
- MARROU, Henri (1985) *Del conocimiento histórico*. Buenos Aires: Per Abbat Editora.
- MARTÍN BARBERO, Jesús (1987) *De los medios a las mediaciones*. México: Gustavo Gili.
- MARTINDALE, Cyril (1980) “Subselves: The Internal Representation of Situational and Personal Dispositions” en WHEELER, Ladd (ed.) *Annual Review of Personality and Social Psychology*, vol. 1. Newbury Park, CA: Sage Publications, pp. 193-218.
- MASTRO, Dana E. (2003) “A Social Identity Approach to Understanding the Impact of Television Messages.” *Communication Monographs*, 70(2), junio, 98-113.

- MATA, M. Cristina (2006) "Comunicación y ciudadanía. Problemas teórico-políticos de su articulación." *Revista Fronteiras. Estudos Midiáticos*, 3(1), enero-abril, 5-15.
- MATHESON, Donald (2005) *Media Discourses. Analysing Media Texts*. Berkshire: McGraw-Hill.
- MATURANA, Humberto (1996) *La realidad: ¿objetiva o construida?* Barcelona: Anthropos Editorial.
- y VARELA, Francisco (1973) *De máquinas y seres vivos: Una teoría sobre la organización biológica*. Santiago de Chile: Editorial Universitaria.
- MAUSS, Marcel (1979) *Sociología y antropología*. Madrid: Editorial Tecnos.
- MAY, George (1982) *La autobiografía*. México: Fondo de Cultura Económica.
- MAYANS i PLANELLS, Joan (2002) *Género chat. O cómo la etnografía puso un pie en el ciberespacio*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- MAYERLE, Judine (1987) "Character Shaping Genre in 'Cagney and Lacey'." *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 31(2), 133-151.
- MAZUR, Elizabeth y KOZARIAN, Lauri (2010) "Self-Presentation and Interaction in Blogs of Adolescents and Young Emerging Adults." *Journal of Adolescent Research*, 25(1), enero, 124-144.
- MCADAMS, Dan P. (1985) "The 'Imago': A Key Narrative Component of Identity" en SHAVER, Phil (ed.) *Self, Situations and Social Behaviour*. Beverly Hills, CA: Sage Publications, pp. 116-141.
- (1993) *The Stories We Live By. Personal Myths and the Making of the Self*. Nueva York, NY: Guilford Press.
- MCALOON, John (1984) *Rite, Drama, Festival, Spectacle*. Filadelfia, PA: Institute for the Study of Human Issues.
- MCCALLS George J. y SIMMONS, Jerry L. (1978) *Identities and Interactions*. Nueva York, NY: Free Press.
- MCCLURE, Kevin (2009) "Resurrecting the Narrative Paradigm: Identification and the Case of the Young Earth Creationism." *Rhetoric Society Quarterly*, 39(2), 189-211.
- MCCOMBS, Maxwell E. y REYNOLDS, Amy (2009) "How the News Shapes our Civic Agenda" en BRYANT, Jennings y OLIVER, Mary B. (eds.) *Media Effects. Advances in Theory and Research*. Nueva York, NY: Routledge, pp. 1-17.
- y SHAW, Donald L. (1972) "The Agenda-setting Function of Mass Media." *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187.
- MCLEOD, Jack M. y CHAFFEE, Steven H. (1972) "The Construction of Social Reality" en TEDESCHI, James T. (ed.) *The Social Influence Processes*. Chicago, IL: Atherton, pp. 50-99.

- y REEVES, Byron (1980) "On the Nature of Mass Media Effects" en WHITEY, Stephen B. y ABELES, Ronald P. (eds.) *Televisions and Social Behavior: Beyond Violence and Children*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, pp. 17-54.
- MEAD, George Herbert (1982) *Espíritu, persona y sociedad desde el punto de vista del conductismo social*. Barcelona: Paidós.
- MEAD, Margaret (1972) *Adolescencia, sexo y cultura en Samoa*. Barcelona: Editorial Laia.
- MENÉNDEZ, María Isabel (2006) *Discursos de ficción y construcción de la identidad de género en televisión*. Palma de Mallorca: Publicacions de l'Universitat de les Illes Balears.
- MÉRIDA JIMÉNEZ, Rafael M. (2002) *Sexualidades transgresoras. Una antología de estudios queer*. Barcelona: Icaria Editorial.
- MERTON, Robert (1970) *Teoría y estructura sociales*. México: Fondo de Cultura Económica.
- (1957) "The Role-Set Theory." *British Journal of Sociology*, 8(2), junio, 106-120.
- METZ, Christian (1968) *Essais sur la signification du cinéma*. París: Klincksieck.
- (1972) *Cinéma et langage*. París: La Rousse.
- MEYROWITZ, Joshua (1985) *No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behaviour*. Nueva York, NY: Oxford University Press.
- MIGNOLO, Walter D. (2001) "Identidades asignadas, identidades reclamadas" en DASCAL, Marcelo; GUTIÉRREZ, Manuel y DE SALAS, Jaime (eds.) *La pluralidad y sus atributos. Usos y maneras en la construcción de la persona*. Madrid: Fundación Duques de Soria, pp. 161-188.
- MINSKY, Marvin (1975) "A Framework for the Representation of Knowledge" en WINSTON, Patrick Henry (ed.) *The Psychology of Computer Vision*. Nueva York, NY: McGraw-Hill, pp. 211-277.
- MISCH, Georg (1951) *A History of Autobiography in Antiquity*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- MISHLER, Elliot (2000) *Storylines: Craft Artists' Narratives of Identity*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- MITCHELL, G. Duncan (1988) *Historia de la sociología*. Barcelona: Editorial Labor.
- MODLESKI, Tania (1982) *Loving with a Vengeance: Mass-Produced Fantasies for Women*. Hamden, CT: Archon Books.
- MONNEROT, Jules (1946) *Les faits sociaux ne sont pas de choses*. París: Editions Gallimard.
- MONTAIGNE, Michel de (1992) *Los ensayos*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- MOORES, Shaun (1993) *Interpreting Audiencies: The Ethnography of Media Consumption*. Londres: Sage Publications.
- MORAGAS SPÀ, Miquel de (1981) *Teorías de la comunicación*. Barcelona: Gustavo Gili.
- (1985) *Sociología de la comunicación de masas*. Barcelona: Gustavo Gili.

- MORERA DE GUIJARRO, Juan Ignacio (1987-1988) "Problemática del Yo en Maine de Biran." *Logos. Anales del Seminario de Metafísica*, 22, Universidad Complutense de Madrid, Madrid, 185-198. En línea: <http://revistas.ucm.es/fsl/15756866/articulos/ASEM8788110185A.PDF> [18/5/2009].
- MORGAN, Michel; SHANAHAN, James y Signorelli, Nancy (2009) "Growing Up with Television: Cultivation Processes." en BRYANT, Jennings y OLIVER, Mary B. (eds.) *Media Effects. Advances in Theory and Research*. Nueva York, NY: Routledge, pp. 34-49.
- MORIN, Edgard (1983) *L'esprit du temps*. París: Editions Bernard Grasset.
- (1995) *Le cinéma ou l'homme imaginaire: Essai d'anthropologie sociologique*. París: Les Editions de Minuit.
- MORLEY, David (1986) *Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure*. Londres: Comedia Publishing.
- (1995) *Spaces of Identity: Global Media, Electronic Landscapes and Cultural Boundaries*. Londres: Routledge.
- (1996) *Televisión, audiencias y estudios culturales*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- (1998) "Populismo, revisionismo y los 'nuevos estudios de audiencia'" en CURRAN, James; MORLEY, David y WALKERDINE, Valerie (comps.) *Estudios culturales y comunicación. Análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el posmodernismo*. Barcelona: Paidós.
- MORTARA GARAVELLI, Bice (1991) *Manual de Retórica*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- MOSCHIS, George P. y CHURCHILL, Gilbert A. (1978) "Consumer Socialization: A Theoretical and Empirical Analysis." *Journal of Marketing Research*, 15(4), 599-609.
- MOUFFE, Chantal (1993) *The Return of the Political*. Londres: Verso.
- MUKAROVSKI, Jan (1977) *Escritos de estética y semiótica del arte*. Barcelona: Gustavo Gili.
- MUNSON, Wayne (1993) *All Talk: The Talkshow in Media Culture*. Filadelfia, PA: Temple University Press.
- MUÑOZ CORCUERA, Alfonso (2009) "Realidad virtual y memorias posibles: Apuntes sobre la presencia de mundos virtuales en el cine postmoderno de ciencia-ficción." *Eikasía. Revista de Filosofía*, 24, abril, Oviedo. En línea: <http://www.revistadefilosofia.org> [4/2/2012].
- MURRAY, Henry (1938) *Explorations in personality*. Nueva York, NY: Oxford University Press.
- NEIHARDT, John G. (1998) *Alce negro habla*. Palma de Mallorca: José J. De Olañeta Editor.
- NEOPONTE, Cornelio (2002) *Vidas*. Madrid: Editorial Gredos.

- NEWTON, Barbara J. y BUCK, Elizabeth B. (1985) "Television as a Significant Other: Its Relationship to Self-descriptors in Five Countries." *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 16(3), septiembre, 162-170.
- NIETZSCHE, Friedrich (1994) *Sobre verdad y mentira en un sentido extramoral*. Madrid: Editorial Tecnos.
- (2007) *Fragmentos póstumos*. Madrid: Editorial Tecnos.
- NIMMO, Dan y COMBS, James E. (1983) *Mediated Political Reality*. Nueva York, NY: Longman.
- NOBLE, Grant (1975) *Children in Front of the Small Screen*. Beverly Hills, CA: Sage Publications.
- NÖTH, Winfried (1997) *Semiotics of the Media: State of the Art, Projects, and Perspectives*. Berlín: Walter de Gruyter.
- y BISHARA, Nina (2007) *Self-Reference in the Media*. Nueva York, NY: Walter de Gruyter.
- O'KEEFE, Garrett y REID-NASH, Kathaleen (1987) "Crime News and Real-world Blues." *Communication Research*, 14(2), abril, 147-163.
- O'RIORDAN, Kate y PHILLIPS, David J. (eds.) (2007) *Queer Online: Media, Technology, and Sexuality*. Nueva York, NY: Peter Lang.
- OATLEY, Keith (1999) "Meetings of Minds: Dialogue, Sympathy, and Identification in Redding Fiction." *Poetics*, 26(5), agosto, 439-454.
- OCHS, Elinor y CAPPS, Lisa (1996) "Narrating the Self." *Annual Review of Anthropology*, 25, 19-43.
- OLIVEIRO, Alberto (2000) *La memoria: el arte de recordar*. Madrid: Alianza Editorial.
- OLIVER, Mary B.; SARGENT, Stephanie L. y WEAVER, James B. (1998) "The Impact of Sex and Gender Role of Self-perception on Affective Reactions to Different Types of Films." *Sex Roles*, 38(12), 45-62.
- OLNEY, James (1972) *Metaphors of Self: The Meaning of Autobiography*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- ORTEGA Y GASSET, José (1941) *Historia como sistema y otros ensayos de Filosofía*. Madrid: Alianza Editorial.
- (1977) *Ideas y creencias*. Madrid: Revista de Occidente.
- ORTIZ RESCANIERE, Alejandro (2001) "El individuo andino contemporáneo" en DASCAL, Marcelo; GUTIÉRREZ, Manuel y DE SALAS, Jaime (eds.) *La pluralidad y sus atributos. Usos y maneras en la construcción de la persona*. Madrid: Fundación Duques de Soria, pp. 39-58.

- ORTIZ, Michelle y HARWOOD, Jake (2007) "A Social Cognitive Theory Approach to the Effects of Mediated Intergroup Contact or Intergroup Attitudes." *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 51(4), 615-631.
- ORTÍZ-OSÉS, Andrés (1986) *La nueva filosofía hermenéutica. Hacia una razón axiológica postmoderna*. Barcelona: Anthropos Editorial.
- (1987) *Mitología cultural y memorias antropológicas*. Barcelona: Anthropos Editorial.
- (1995) *Visiones del mundo. Interpretaciones del sentido*. Bilbao: Publicaciones de la Universidad de Deusto/ Deustuko Unibertsitatea.
- (2003) *Amor y sentido. Una hermenéutica simbólica*. Barcelona: Anthropos Editorial.
- OVEJERO, Anastasio (1997) *El individuo en la masa: Psicología del comportamiento colectivo*. Oviedo: Ediciones Nobel.
- PADDOCK, John (1976) "Pueblos antiviolentos. Notas sobre un estado de salud social" en GENOVÉS, Santiago y PASSY, Jacques F. (eds.) *Comportamiento y violencia*. México: Editorial Diana, pp. 85-105.
- PALTRIDGE, Brian (2006) *Discourse Analysis. An Introduction*. Londres: Continuum.
- PAPACHARISSI, Zizi (2002) "The Presentation of Self in Virtual Life: Characteristics of Personal Home Pages." *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 79(3), 643-660.
- (2005) "The Real-virtual Dichotomy in Online Interaction: A Meta-analysis of Research on New Media Uses and Consequences" en KALBFLEISCH, Pamela J. (ed.) *Communication Yearbook*, 29. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, pp. 215-238.
- PARDO, José Luis (1996) *La intimidad*. Valencia: Pre-textos.
- PARK, Sung-Yeon (2005) "The Influence of Presumed Media Influence on Women's Desire to Be Thin." *Communication Research*, 32(5), octubre, 594-614.
- PARSONS, Talcott (1966) *El sistema social*. Madrid: Revista de Occidente.
- PASCAL, Blaise (1985) *De l'esprit géométrique*. París: Flammarion Editions.
- PASUPATHI, Monisha (2006) "Silk from Sows Ears: Collaborative Construction of Everyday Selves in Everyday Stories" en MCADAMS, Dan; JOSSELSO, Ruthellen y LIEBLICH, Amia (eds.) *Identity and Story, Creating the Self in Narrative*. Washington, DC: American Psychological Association Press, pp. 129-150.
- PAUWELS, Luc (2005) "Websites as Visual and Multinodal Cultural Expressions: Opportunities and Issues of Online Hybrid Media Research." *Media, Culture and Society*, 27(4), julio, 604-613.

- PAVEL, Thomas (1988) *Univers de la fiction*. París: Editions du Seuil.
- PAZ, Octavio (1973) *El arco y la lira*. México: Fondo de Cultura Económica.
- PECK, Janice (1995) "TV Talk Shows as Therapeutic Discourse: The Ideological Labor of the Televised Talking Culture." *Communication Theory*, 5(1), febrero, 58-81.
- PERDUE, Charles W.; DOVIDIO, John F. *et al.* (1990) "Us and Them: Social Categorization and the Processes of Intergroup Bias." *Journal of Personality and Social Psychology*, 59(3), septiembre, 475-486.
- PERELMAN, Chaïm (1997) *El imperio retórico: Retórica y argumentación*. Bogotá: Norma Editorial.
- y OLBRECHTS-TYTECA Lucie (1989) *Tratado de la argumentación. La nueva retórica*. Madrid: Editorial Gredos.
- PÉREZ, Xavier y BALLÓ, Jordi (1997) *La llavor immortal. Els arguments universals en el cinema*. Barcelona: Editorial Empuries.
- y BALLÓ, Jordi (2003) *Yo ya he estado aquí. Ficciones de la repetición*. Barcelona: Editorial Anagrama.
- PÉREZ, Xavier y BOU, Nuria (2000) *El tiempo del héroe. Épica y masculinidad en el cine de Hollywood*. Barcelona: Paidós.
- PERSE, Elizabeth M. (2001) *Media Effects and Society*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- y RUBIN, Rebecca B. (1989) "Attribution in Social and Parasocial Relationships." *Communication Research*, 16(1), febrero, 59-77.
- PERSSON, Anna y MUSER-Eizenman, Dara (1999) "The Impact of a Prejudice-Prevention Television Program on Young Children's Ideas About Race." *Early Childhood Research Quarterly* 18(4), 530-546.
- Pessin, Alain (2001) *L'imaginaire utopique aujourd'hui*. París: Presses Universitaires de France.
- PIAGET, Jean (1948) *The Moral Juggement of the Child*. Nueva York, NY: Free Press.
- PINDADO, Julián (2006) "Los medios de comunicación y la construcción de la identidad adolescente." *Zer. Revista de Estudios de Comunicación*, 21(11), noviembre, Universidad del País Vasco/ Euskal Herriko Unibertsitatea, Bilbao, 11-22.
- PINILLOS, José Luis (1975) *Principios de psicología*. Madrid: Alianza Universidad.
- PITARCH RAMÓN, Pedro (2001) "La identidad personal en una tradición indígena americana: el punto de observación de las almas" en DASCAL, Marcelo; GUTIÉRREZ, Manuel y DE SALAS, Jaime (eds.) *La pluralidad y sus atributos. Usos y maneras en la construcción de la persona*. Madrid: Fundación Duques de Soria, pp. 23-39.

- PIZZINATO, Adolfo (2008) "Identidades contemporáneas: Ser a través de la Historia y la palabra." *Revista de Psicología Argumento*, 26(55), octubre-diciembre, 349-355.
- PLATÓN (2003) *Timeo*. Milán: Biblioteca Universale Rizzoli.
- PLESSNER, Helmuth (1978) *La risa y el llanto*. Madrid: Revista de Occidente.
- (1978) *Más acá de la utopía*. Buenos Aires: Editorial Alfa.
- (1991) "Conditio Humana" en Mann, Golo y Heuss, Alfred (eds.) *Historia Universal Prehistoria. Las primeras culturas superiores*, vol. 1. Madrid: Editorial Espasa-Calpe, pp. 31-85.
- PLOTINO (1978) *Eneada tercera*. Buenos Aires: Editorial Aguilar.
- PLUTARCO (2001) *Vidas paralelas*. Madrid: Editorial Gredos.
- POINDEXTER, Paula M. y Stroman, Carolyn A. (1981) "Blacks and Television: A Review of the Research Literature." *Journal of Broadcasting*, 25(2), 103-122.
- POPOVA, Lyudmila (2010, junio) "Perceived Reality in Media Messages: An Explication of its Dimensional Structure." Comunicación presentada en la Conferencia anual de la ICA (International Communication Association), Singapur.
- POTTER, Jonathan y Wetherell, Margaret (1987) *Discourse and Social Psychology*. Londres: Sage Publications.
- POTTER, W. James (1988) "Perceived Reality in Television Effects Research." *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 32(1), 23-41.
- POZUELO YVANCOS, José María (1994) "La teoría literaria en el siglo XX" en D. Vilanueva (coord.) *Curso de teoría de la literatura*. Madrid: Editorial Taurus.
- (2006) *De la autobiografía: Teoría y estilos*. Barcelona: Editorial Crítica.
- PRAT, Joan (2007) *Los sentidos de la vida. La construcción del sujeto, modelos del yo e identidad*. Bellaterra: Ediciones Bellaterra.
- PRECIADO, Beatriz (2002) *Manifiesto contra-sexual*. Madrid: Opera Prima.
- PROPP, Vladimir (1981) *Morfología del cuento*. Madrid: Editorial Fundamentos.
- (1928) "Las transformaciones de los cuentos fantásticos" en TODOROV, Tzevtan (ed.) (1970) *Teoría de la literatura de los formalistas rusos*. Madrid: Siglo XXI Editores, pp. 177-198.
- PSEUDO-CALÍSTENES (1977) *Vida y hazañas de Alejandro de Macedonia*. Madrid: Editorial Gredos.
- PUJADAS, Juan José (1992) *El método biográfico. El uso de las historias de vida en ciencias sociales*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- PUNDAY, Daniel (2003) *Narrative Bodies: Toward a Corporeal Narratology*. Nueva York, NY: Palgrave.

- RADWAY, Janice A. (1991) *Reading the Romance: Women, Patriarchy, and Popular Literature*. Chapel Hill, NC: The University of North Caroline Press.
- (1991) "Interpretative Communities and Variable Literacies: The Function of Romace Reading" en MUKERJI, Chandra y SCHUDSON, Michael (eds.) *Rethinking Popular Culture. Contemporary Perspectives in Cultural Studies*. Berkeley, CA: University of California Press, pp. 465-486.
- RAFAELI-MOR, Eshkol y STEINBERG, Jennifer (2002) "Self-Complexity and Well Being: A Review and Research Synthesis." *Personality and Social Psychology Review*, 6(1), 31-58.
- RAKOW, Lana (1986) "Rethinking Gender Research in Communication." *Journal of Communication*, 36(4), diciembre, 11-26.
- RAMASUBRAMANIAN, Srividya (2005, mayo) "Comparative Media Stereotyping: How Media Content About One Group Influences Prejudicial Feelings Toward Another Group." Comunicación presentada en la Conferencia anual de la ICA (International Communication Association), Nueva York.
- RAMÍREZ, José Luis (2003) "Tópica de la responsabilidad. Reivindicación de la retórica para la ciudadanía moderna." *Utopía y praxis latinoamericana*, 8(21), abril-junio, Universidad del Zulia, Maracaibo, 101-115.
- REESE STEPHEN D. (2007) "The Framing Project: A Briding Model for Media Research Revisited." *Journal of Communication*, 57(1), marzo, 148-154.
- REICHER, Steve D. (1989) "El comportamiento colectivo: Un estudio de campo" en MORALES, José Francisco y HUICI, Carmen (eds.) *Lecturas de psicología social*. Madrid: Publicaciones de la Universidad Nacional de Educación a Distancia, pp. 173-202.
- REID, Scott A.; GILES, Howard y ABRAMS, Jessica R. (2004) "A Social Identity Model of Media Usage and Effects." *Zeitschrift für Medienpsychologie*, 16(4), 17-25.
- RENKEMA, Jan (2004) *Introduction to Discourse Studies*. Ámsterdam: John Benjamins.
- REVEL, Jean-François (1993) *Histoire de la philosophie occidentale*. París: Nil Editions.
- REYES, George (2006) "El giro hermenéutico contemporáneo: Lectura de tendencias." *Teología y cultura*, 5, julio, Buenos Aires. En línea:
http://www.teologos.com.ar/arch_rev/reyes_giro_hermeneutico.pdf [15/8/2011].
- REYES, Graciela (1990) *La pragmática lingüística: El estudio del uso del lenguaje*. Barcelona: Montesinos.
- REYNOSO, Carlos (1986) *Teoría, historia y crítica de la antropología cognitiva*. Buenos Aires: Ediciones Búsqueda.
- RHESS, Rush (1986) "Can There Be a Private Language?" en SHANKER, Stuart (ed.) *Ludwig Wittgenstein. Critical Assessments. From Philosophical Investigations to On*

- Certainty: Wittgenstein's Later Philosophy*, vol. 2. Nueva York, NY: Routledge, pp. 249-260.
- RICHARDS, Ivor Armstrong (1936) *The Philosophy of Rethoric*. Nueva York, NY: Oxford University Press.
- RICOEUR, Paul (1965) "Réflexion: Une archéologie du sujet" en *De l'interprétation. Essai sur Freud*. París: Editions du Seuil, pp. 407-442.
- (1969) *Le conflict des interpretations, essais d'hermeneutique*. París: Editions du Seuil.
- (1980) *La metáfora viva*. Madrid: Editorial Trotta.
- (1986) *Del texto a la acción. Ensayos de hermenéutica*, vol. 2. México: Fondo de Cultura Económica.
- (1996) *Sí mismo como otro*. Madrid: Siglo XXI Editores.
- (1999) *Historia y narrativa*. Buenos Aires: Paidós.
- (2006) *Tiempo y narración. El tiempo narrado*, vol. 3. Madrid: Siglo XXI Editores.
- (2007) *Tiempo y narración. Configuración del tiempo en el relato histórico*, vol. 1. Madrid: Siglo XXI Editores.
- (2008) *Tiempo y narración. Configuración del tiempo en el relato de ficción*, vol. 2. Madrid: Siglo XXI Editores.
- RIEFF, Philip (1966) *The Triumph of the Therapeutic*. Nueva York, NY: Norton.
- RILEY, Denise (1990) *Am I That Name?* Basingstoke: Macmillan.
- RINCÓN, Omar (2008) *Narrativas mediáticas*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- ROBINSON, James D. y SKILL, Thomas (1995) "The Invisible Generation: Portrayals of the Elderly on Prime-time Televisión." *Communication Reports*, 8, 111-119.
- ROCHÉ, Sébastien (1996) *La société incivil. Qu'est ce que c'est l'insecurité?* París: Editions du Seuil.
- RODRÍGUEZ, Francisco (1997) *Perversiones televisivas: Una aproximación a los nuevos géneros audiovisuales*. Madrid: Instituto Oficial de Radio Televisión Española.
- RODRÍGUEZ, Miguel (1997) "Enculturación y socialización" en AGUIRRE BAZTÁN, Ángel (ed.) *Cultura e identidad cultural. Introducción a la antropología*. Barcelona: Editorial Bardenas, pp. 87-106.
- ROMEYER-DHERBEY, Gilbert (1974) *Maine de Biran ou la pensée de l'immanence radicale*. París: Editions Seghers.
- RORTY, Richard (1990) *El giro lingüístico. Dificultades de la filosofía lingüística*. Bellaterra: Publicacions de l'Universitat Autònoma de Barcelona.
- ROSENGREN, Karl E. (1979) "Bias in News. Methods and Concepts." *Studies of Broadcasting*, 15, 37-45.

- ROUSSEAU, Jean-Jacques (2008) *Las confesiones*. Madrid: Alianza Editorial.
- ROUSSEL, Louis (1988) *La famille incertaine*. París: Editions Odile Jacob.
- RUBIA, Francisco J. (2010, enero) La consciencia es el mayor enigma de la ciencia y la filosofía. Conferencia pronunciada en la Real Academia Nacional de Medicina. En línea: www.tendencias21.net/La-consciencia-es-el-mayor-enigma-de-la-ciencia-y-la-filosofia_a4026.html [19/10/2011].
- RUBIN, Alan M. (1984) "Ritualized and Instrumental Television Viewing." *Journal of Communication*, 34(3), septiembre, 64-77.
- RUBIO FERRERES, José María (2001) "Hermenéutica de sí mismo y narratividad. El problema de la identidad en Paul Ricoeur" en GÓMEZ GARCÍA, Pedro (coord.) *Las ilusiones de la identidad*. Madrid: Frónesis-Cátedra, pp. 253-307.
- RUITENBEEK, Hendrik Marinus (1967) *El individuo y la muchedumbre. Identidad y sociedad de masas*. Buenos Aires: Paidós.
- RUIZ CALLEJÓN, Encarnación (2001) "La crisis del ideal de verdad y la búsqueda de verdad en la filosofía de Nietzsche" en GÓMEZ GARCÍA, Pedro (coord.) *Las ilusiones de la identidad*. Madrid: Frónesis-Cátedra, pp. 231-252.
- RUIZ, Alfredo (2003, junio) La organización del significado que caracteriza la experiencia humana en la cultura occidental europea. Clase magistral en el Departamento de Psicología de la Universidad de Chile.
En línea http://www.inteco.cl/articulos/019/texto_esp.htm [20/1/2012].
- RUMELHART, David E. y NORMAN, Donald A. (1978) "Accretion, Tuning and Restructuring: Three Modes of Learning" en Cotton, John W. y Klatzky, Roberta (eds.) *Semantic Factors in Cognition*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, pp. 37-54.
- SACKS, Harvey (1992) *Lectures on Conversation*. Oxford: Blackwell Publishing.
- SAID, Edward (1994) *Cultura e Imperialismo*. Barcelona: Editorial Anagrama.
- SAMPEDRO, Víctor F. (2003) *La pantalla de las identidades. Medios de comunicación, políticas y mercados de identidad*. Barcelona: Icaria Editorial.
- (2004a) "Identidades mediáticas e identificaciones mediatizadas. Visibilidad y reconocimiento identitario en los medios de comunicación." *Revista CIDOB d'Afers Internacionals*, 66-67, Centro de Estudios y Documentación Internacionales de Barcelona (CIDOB), 135-149.
- (2004b) "Identidades mediáticas. La lógica del régimen de visibilidad contemporánea." *Sphera Pública*, 4, Universidad Católica San Antonio de Murcia, Murcia, 17-35.

- SANDERS, Meghan S. (2004, mayo) "Is It a Male or Female Thing?: Identification and Enjoyment of Media Characters." Comunicación presentada en la Conferencia anual de la ICA (International Communication Association), Nueva Orleans.
- SANSOT, Pierre (1996) *Poétique de la ville*. París: Editions Armand Colin.
- SANTALLA PEÑALOZA, Zuleyma (2000) *El sistema de la memoria humana: Memoria episódica y memoria semántica*. Caracas: Publicaciones de la Universidad Católica Andrés Bello.
- SANZ GONZÁLEZ, Verónica (2006) "Las tecnologías de la información desde el punto de vista de género: Posturas y propuestas desde el feminismo." *Isegoría. Revista de Filosofía Moral y Política*, 34, Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC), 193-208.
- SAPERAS, Enric (1987) *Los efectos cognitivos de la comunicación de masas. Las recientes investigaciones en torno a los efectos de la comunicación de masas (1970-1986)*. Barcelona: Editorial Ariel.
- SARBIN, Theodore R. (ed.) (1986) *Narrative Psychology: The Storied Nature of Human Conduct*. Nueva York, NY: Praeger.
- SARTRE, Jean-Paul (1976) *Lo imaginario: Psicología fenomenológica de la imaginación*. Buenos Aires: Editorial Losada.
- (1979) *El ser y la nada. Ensayo de ontología fenomenológica*. Buenos Aires: Editorial Losada.
- SCHAEFFER, Jean-Marie (1999) *Pourquoi la fiction?* París: Editions du Seuil.
- SCHEGLOFF, Emanuel (2007) *Sequence Organization in Interaction*. Cambridge: Cambridge University Press.
- SCHELER, Max (1935) *Sociología del saber*. Madrid: Revista de Occidente.
- (1982) *El puesto del hombre en el cosmos. La idea de paz perpetua y el pacismo*. Barcelona: Alba Editorial.
- SCHERER, Helmut; ARNOLD, Anne-Katrin; y SCHLÜTZ, Daniela (2005, mayo) "Media's Creating Reality: Construction as a Social Process." Comunicación presentada en la Conferencia anual de la ICA (International Communication Association), Nueva York.
- SCHUEFELE, Dietram A. (2000) "Agenda-setting, Priming, and Framing Revisited: Another Look at Cognitive Effects of Political Communication." *Mass Communication and Society*, 3(2), 297-316.
- SCHIEBINGER, Londa (1996) *Los usos de la diversidad*. Barcelona: Editorial Paidós
- (2004) *¿Tiene sexo la mente?: Las mujeres en los orígenes de la ciencia moderna*. Madrid: Ediciones Cátedra.

- SCHIFFRIN, Deborah (1993) *Approaches to Discourse*. Oxford: Blackwell Publishing.
- , TANNEN, Deborah y HAMILTON, Heidi E. (eds.) (2001) *The Handbook of Discourse Analysis*. Malden, MA: Blackwell Publishing.
- SCHLEIERMACHER, Friedrich (1999) *Los discursos sobre hermenéutica*. Pamplona: Publicaciones de la Universidad de Navarra.
- SCHMIDT, Siegfried (1977) *Teoría del texto. Problemas de una lingüística de la comunicación verbal*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- SCHNAPPER, Dominique (1994) *La communauté des citoyens. Sur l'idée moderne de nation*. París: Editions Gallimard.
- (1998) *La relation à l'autre*. París: Editions Gallimard.
- SCHOLES, Robert y KELLOG, Robert (1970) *La natura della narrativa*. Bolonia: Il Mulino.
- SCHROEDER Kim C. (1994) "Audience, Semiotics, Interpretive Communities and the Ethnographic Turn in Media Research." *Media, Culture and Society*, 16(2), abril, 337-347.
- SCHÜTZ, Alfred (1972) *Fenomenología del mundo social. Psicología social y sociología*. Buenos Aires: Paidós.
- (1972) *La construcción significativa del mundo social*. Buenos Aires: Paidós.
- (2003) *El problema de la realidad social*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- y LUCKMANN, Thomas (2001) *Las estructuras del mundo de la vida*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- SCOTT, Gini (1996) *Can We Talk? The Power and Influence of Talk Shows*. Nueva York, NY: Insights Editions.
- SCOTT, Joan W. (1992) "Experience" en BUTLER, Judith y SCOTT, Joan W. (eds.) *Feminists Theorize the Political*. Nueva York, NY: Routledge, pp. 22-40.
- SEARLE, John (1997) *La construcción de la realidad social*. Barcelona: Paidós.
- (2001) *Actos de habla*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- SEGRE, Cesare (1985) *Principios de análisis del texto literario*. Barcelona: Editorial Crítica.
- SEMPRINI, Andrea (ed.) (2003) *Lo sguardo sociosemiótico*. Milan: Franco Angeli Editore.
- SENNETT, Richard (1978) *El declive del hombre público*. Barcelona: Editorial Península.
- SETON-WATSON, Hugh (1977) *Nation and States. An Inquiry into the Origins of Nations and the Politics of Nationalism*. Boulder, CO: Westview Press.
- SHANK, Roger y ABELSON, Robert (1977) *Guiones, planes, metas y entendimiento*. Barcelona: Paidós.
- SHAPIRO, Michael A. y MAKANA CHOCK, Tamara (2003) "Psychological Processes in Perceiving Reality." *Media Psychology*, 5(2), 163-198.

- SHATTUC, Jane (1997) *The Talking Culture. TV Talk Shows and Women*. Nueva York, NY: Routledge.
- SHEEKS, Miranda S. y BIRCHMEIER, Zachary P. (2007) "Shyness, Sociability and the Use of Computer-mediated Communication in Relationships Development." *CyberPsychology and Behaviour*, 10(1), febrero, 64-70.
- SHELEY, Joseph F. y ASKINS, Cindy D. (1981) "Crime, Crime News, and Crime Views." *Public Opinion Quarterly*, 45(4), 492-506.
- SHEN, Fuyuan (2009) "Effects of News Frames and Schemas on Individuals's Issue Interpretations and Attitudes." *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 81(2), 400-416.
- SHERIF, Muzafer (1963) "Social Psychology: Problems and Trends in Interdisciplinary Relationships" en KOCH, Sigmund (ed.) *Psychology: A Study of Science*, vol. 6. Nueva York, NY: McGraw-Hill, pp. 30-93.
- (1967) *Social Interaction: Processes and Products*. Chicago, IL: Aldine Press.
- SHOCHAT, Lisa (2003) "Our Neighborhood: Using Entertaining Children's Television to Promote Interethnic Understanding in Macedonia." *Conflict Resolution Quarterly*, 21(1) 79-93.
- SHOTTER, John (1993) *Conversational Realities*. Londres: Sage Publications.
- (1993) *Cultural Politics of Everyday Life. Social Constructionism, Rhetoric and Knowing of the Third*. Buckingham: Open University Press.
- SILVERSTONE, Roger (1993) "Television, Ontological Security and the Transitional Object." *Media, Culture and Society*, 15(4), octubre, 573-598.
- (1994) *Television and Everyday Life*. Londres: Routledge.
- SIMONDS, Wendy (1992) *Women and Self-help Culture*. New Brunswick, NJ: Rutgers University Press.
- SIMPSON, Brian (2005) "Identity Manipulation in Cyberspace as a Leisure Option: Play and the Exploration of the Self." *Information and Communications Technology Law*, 14(2), junio, 115-131.
- SINGHAL, Arvind; CODY, Michael J. et al. (eds.) (2004) *Entertainment Education and Social Change: History, Research and Practice*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- SINGLY, François de (1996) *Le Soi, le couple et la famille*. París: Editions Nathan.
- SLATER, Dan y ELLIOT, William R. (1982) "Television's Influence on Social Reality." *Quarterly Journal of Speech*, 68(1), febrero, 69-79.
- SLATER, Michael D. (2007) "Reinforcing Spirals: The Mutual Influence of Media Selectivity and Media Effects and Their Impact on Individual Behavior and Social Identity." *Communication Theory*, 17(3), agosto, 281-303.

- SMITH, Jonathan Z. (1987) *To Take Place: Toward Theory in Ritual*. Chicago, IL: Chicago University Press.
- SMITH, Marc A. y KOLLOCK, Peter (2003) *Comunidades en el ciberespacio*. Barcelona: Editorial UOC.
- SMITH-LOVIN, Lynn (2003) "Self, Identity and Interaction in an Ecology of Identity" en BURKE, Peter J.; OWENS, Timothy J. *et al.* (eds.) *Advances in Identity Theory and Research*. Nueva York, NY: Kluwer Academic/ Plenum Publishers, pp. 167-178.
- SNOW, David. A. y BENFORD, Robert D. (1988) "Ideology, Frame Resonance and Participant Mobilization." *International Social Movement Research*, 1(1), 197-217.
- SOLARES, Blanca (2006) "Aproximaciones a la noción de imaginario." *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 198, septiembre-diciembre, Universidad Nacional Autónoma de México, México, 129-141.
- SOMERS, Margaret R. (1994) "The Narrative Constitution of Identity: A Relational and Network Approach." *Theory and Society*, 23(5), 605-649.
- SOUKUP, Charles (2006) "Hitching a Ride in a Star: Celebrity, Fandom, and Identification on the World Wide Web." *Southern Communication Journal*, 71(4), diciembre, 319-337.
- SOUTHALL, Aidan (1959) "An Operational Theory of Role." *Human Relations*, 12(1), febrero, 17-34.
- SQUIRE, Larry R. (1987) *Memory and Brain*. Nueva York, NY: Oxford University Press.
- STEINER, George (1980) *Después de Babel. Aspectos del lenguaje y la traducción*. México: Fondo de Cultura Económica.
- (1987) *Antígonas*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- (1989) *Presencias reales. ¿Hay algo en lo que decimos?* Barcelona: Editorial Destino.
- STERN, Susannah R. (2002) "Virtually Speaking: Girls' Self-disclosure on the WWW." *Women's Studies in Communication*, 25(2), 223-253.
- STETS, Jan E. y BURKE, Peter J. (2000) "Identity Theory and Social Identity Theory." *Social Psychology Quarterly*, 63(3), septiembre, 224-237.
- STRANO, Michele M. (2008) "User Descriptions and Interpretations of Self-Presentation through Facebook Profile Images." *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 2(2), noviembre. En línea: <http://cyberpsychology.eu/vieu.php?cicloclanku=2008110402&article01>.
- STRAUSS, Ansel (1959) *Mirrors and Masks*. Nueva York, NY: Free Press.
- STRAWSON, Peter F. (1964) "Intention and Convention in Speech Acts" en DAVIS, Steven (ed.) (1991) *Pragmatics: A Reader*. Nueva York, NY: Oxford University Press, pp. 290-301.

- (1989) *Individuos: Ensayo de metafísica descriptiva*. Madrid: Editorial Taurus.
- STRELITZ, Larry N. (2002) "Media Consumption and Identity Formation: The Case of 'Homeland' Viewers." *Media, Culture and Society*, 24(4), julio, 459-480.
- STROMAN, Carolyn A. (1986) "Television Viewing and Self-concept among Black Children." *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 30(1), 87-93.
- STRYKER, Sheldon (2002) *Symbolic Interactionism: A Social Structural Version*. Caldwell, NJ: Blackburn Press.
- SUETONIO TRANQUILLO, Cayo (1990) *Vida de los doce Césares*. Madrid: Consejo Superior de Investigaciones Científicas.
- SULLIVAN, Harry S. (1964) *La teoría interpersonal de la psiquiatría*. Buenos Aires: Editorial Psique.
- (1953) *The Interpersonal Theory of Psychiatry*. Nueva York, NY: Norton.
- SZCZEPANSKI, Jan (1978) "El método biográfico." *Papers. Revista de Sociologia*, 10, Universitat Autònoma de Barcelona, Bellaterra, 231-259.
- TABACHNIK, Silvia (2007) "Retratos secretos. Figuraciones de la identidad en el espacio virtual." *Revista Latina de Comunicación Social*, 62, enero-diciembre, Universidad de La Laguna, Tenerife, 1-12. En línea:
www.revistalatinacs.org/200701TabachnikS.htm [10/1/2012].
- TABBONI, Simonetta (ed.) (1985) *Time and Society*. Milán: Franco Angeli Editore.
- TAJFEL, Henri (1984) "Intergroup Relations, Social Myths and Social Justice in Social Psychology" en *The Social Dimension*, vol. 2. Cambridge: Cambridge University Press, pp. 695-715.
- (1984) *Grupos humanos y categorías sociales*. Barcelona: Herder Editorial.
- y Turner, John C. (1986) "The Social Identity Theory of Intergroup Behaviour" en WORCHES, Stephen y AUSTIN, William G. (eds.) *Psychology of Intergroup Relation*. Chicago, IL: Nelson-Hall Publishers, pp. 7-24.
- TALBOT, Mary (2007) *Media Discourse: Representation and Interaction*. Edimburgo: Edinburgh University Press.
- TANKARD, James W.; HANDERSON, Laura *et al.* (1991, agosto) "Media Frames: Approaches to Conceptualization and Measurement." Comunicación presentada en la Conferencia anual de la AEJMC (Association for Education in Journalism and Mass Communication), Boston.
- TAYLOR, Charles (1985) "Theories of Meaning" en *Human Agency and Language. Philosophical Papers*, vol. 1. Cambridge: Cambridge University Press, pp. 248-292.
- (1996) *Fuentes del yo. La construcción de la identidad moderna*. Barcelona: Paidós.

- TEWKSBURY, David y SCHEUFELE, Dietram A. (2009) "News Framing Theory and Research" en BRYANT, Jennings y OLIVER, Mary B. (eds.) *Media Effects. Advances in Theory and Research*. Nueva York, NY: Routledge, pp. 17-33.
- THIEBAUT, Carlos (1989) "Sujeto complejo, identidad narrativa, modernidad del sur" en CASTILLA DEL PINO, Carlos (comp.) *Teoría del personaje*. Madrid: Alianza Universidad, pp. 121-144.
- (2004) "El pensamiento en el lenguaje. Notas para una comprensión del giro lingüístico en el siglo XX" en *Didáctica de la Filosofía*. Madrid: Ministerio de Educación, pp. 57-66.
- THOMAS, William y ZNANIECKI Florian (2004) *El campesino polaco en Europa y en América*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- THOMPSON, John B. (1998) *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- THOMPSON, Paul (1988) *La voz del pasado: La historia oral*. Valencia: Institución Alfonso el Magnánimo.
- TIGGEMANN, Marika (2003) "Media Exposure, Body Dissatisfaction, and Disorder Ealing: Television and Magazines are not the Same!" *European Eating Disorders Review*, 11(5), septiembre-octubre, 418-430.
- (2006) "The Role of Media Exposure in Adolescent Girls' Body Dissatisfaction and Drive for Thinness: Prospective Results." *Journal of Social and Clinical Psychology*, 25(5), mayo, 523-541.
- TINIANOV, Juri (1923) "La noción de construcción" en TODOROV, Tzvetan (ed.) (1970) *Teoría de la literatura de los formalistas rusos*. Madrid: Siglo XXI Editores, pp. 85-88.
- TISSERON, Serge (2001) *L'intimité surexposée*. París: Hachette.
- TOCQUEVILLE, Alexis de (2007) *De la democracia en América*. Madrid: Editorial Akal.
- TODOROV, Tzvetan (1982) "Las categorías del relato literario" en BARTHES, Roland; GREIMAS, Algirdas J. et al. (eds.) *Análisis estructural del relato*. Barcelona: Editorial Buenos Aires, pp. 155-192.
- (2000) *Los abusos de la memoria*. Barcelona: Paidós.
- TOLEDO, Ulises (2007) "Realidades múltiples y mundos sociales. Introducción a la socio-fenomenología." *Cinta de Moebio. Revista de Epistemología de Ciencias Sociales*, 30, diciembre, Universidad de Chile, Santiago de Chile, 211-244. En línea: www.moebio.uchile.cl/30/toledo.html [23/5/2011].
- TOMACHEVSKI, Boris (1925) "Temática: La construcción de la trama" en TODOROV, Tzvetan (ed.) (1970) *Teoría de la literatura de los formalistas rusos*. Madrid: Siglo XXI Editores, pp. 199-232.

- (1985) “Temática: la construcció de la trama” en SULLÀ, Enric (ed.) *Poética de la narració*. Barcelona: Les Naus d’Empúries, pp. 11-46.
- TOMÁS, Inés (2003) “Les llacunes de la memòria: Biografia i psicoanàlisi.” *Revista d’Etnologia de Catalunya*, 23, noviembre, Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya, 108-113.
- TRILLES, Karina. P. (2009) “Fenomenología y realidad virtual: El reto de un nuevo mundo.” *Arbor. Revista de Ciencia, Pensamiento y Cultura*, 736, marzo-abril, Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC), 427-435.
- TULVING, Endel (1972) “Episodic and Semantic Memory” en TULVING, Endel y DONALDSON, Wayne (eds.) *Organization of Memory*. Nueva York, NY: Academic Press, pp. 381-402.
- (1985) “How Many Memory Systems Are There?” *American Psychologist*, 40(4), abril, 385-398.
- TURKLE, Sherry (1999) “Identity and Cyberspace.” *Contemporary Sociology*, 28(6), noviembre, 643-648.
- (1997) *La vida en la pantalla. La construcción de la identidad en la era de Internet*. Barcelona: Paidós.
- (2005) *The Second Self: Computers and the Human Spirit*. Cambridge, MA: MIT Press.
- (2011) *Alone Together. Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*. Nueva York, NY: Basic Books.
- TURNER, John C. (1990) *Redescubrir el grupo social*. Madrid: Morata.
- y ONORATO, Rina S. (1999) “Social Identity, Personality and the Self-Concept: A Self Categorization Perspective” en TYLER, Tom R.; KRAMER, Roderick M. y JOHN, Oliver P. (eds.) *The Psychology of the Social Self*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, pp. 11-46.
- TURNER, Victor (1979) “Mito y símbolo” en SILLS, David L. (ed.) *Enciclopedia Internacional de Ciencias Sociales*, vol. 7. Madrid: Editorial Aguilar, pp. 150-154.
- (1980) “Social Dramas and Stories about Them” en MITCHELL, W. J. Thomas (ed.) *On narrative*. Chicago, IL: University of Chicago Press, pp. 137-164.
- (1980) *La selva de los símbolos. Aspectos del ritual ndembu*. Madrid: Siglo XXI Editores.
- (1988) *El proceso ritual. Estructura y antiestructura*. Madrid: Editorial Taurus.
- TWENGE, Jean M. (2006) *Generación Me*. Nueva York, NY: Free Press.
- URBAN, Wilbur M. (1952) *Lenguaje y realidad. La filosofía del lenguaje y los principios del simbolismo*. México: Fondo de Cultura Económica.

- USPENSKI, Boris (1973) *Poetics of Composition*. Bloomington, IN: Indiana University Press.
- VALKENBURG, Patti M.; SCHOUTEN, Alexander P. y PETER, Jochen (2005) "Adolescents Identity Experiments on the Internet." *New Media and Society*, 7(3), junio, 383-402.
- VALVERDE, José María (1984) *La literatura. Qué era y qué es*. Barcelona: Montesinos.
- (1993) *Nietzsche, de filólogo a Anticristo*. Barcelona: Editorial Planeta.
- VAN DEN BULCK, Jan (1999) "Mediation: Toward a Media Theory of the Social Construction of Reality." *Communicatio*, 25(1), mayo, 3-11.
- VAN DIJK, Teun A. (1978) *La ciencia del texto*. Barcelona: Paidós.
- (2001a) *Estudios del discurso. El discurso como estructura y como proceso*, vol. 1. Barcelona: Editorial Gedisa.
- (2001b) *Estudios del discurso. El discurso como interacción en la sociedad*, vol. 2. Barcelona: Editorial Gedisa.
- VAN GENNEP, Arnold (1986) *Los ritos de paso*. Madrid: Editorial Taurus.
- VEGA RODRÍGUEZ, Margarita (1999) "Metáforas de interacción en Aristóteles." *Espéculo: Revista de Estudios Literarios*, 11, Universidad Complutense de Madrid, Madrid.
- VERKUYTEN, Maykel y DE WOLF, Angela (2002) "Being, Feeling and Doing: Discourses and Ethnic Self-Definitions among Minority Group Members." *Culture and Psychology*, 8(4), 371-399.
- VERNANT, Jean-Pierre (1989) *L'individu, la mort, la amour. Soi même et l'autre en Grèce ancienne*. París: Editions Gallimard.
- VERÓN, Eliseo (1987) *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- VESELOVSKIJ, Aleksandr N. (1913) *Poetica storica*. Roma: Edizioni e/o.
- VEYNE, Paul (1984) *Cómo se escribe la historia. Foucault revoluciona la Historia*. Madrid: Alianza Editorial.
- VIDAL CASTELL, David (2001) *Alteritat i presència: contribucions a una teoria analítica i descriptiva del gènere de l'entrevista periodística escrita des de la filosofia, la lingüística i els estudis literaris*. Tesis doctoral. Universitat Autònoma de Barcelona, Facultat de Ciències de la Comunicació.
- VILLANUEVA, Darío (1991) *El polen de ideas: Teoría, crítica, historia y literatura comparada*. Barcelona: Promociones y Publicaciones Universitarias.
- VINOGRADOV, Viktor Vladimirovich (1922) "Sobre la tarea de la estilística" en TODOROV, Tzvetan (ed.) (1970) *Teoría de la literatura de los formalistas rusos*. Madrid: Siglo XXI Editores, pp. 81-83.

- VIOLI, Patrizia (1992) "Gender, Subjectivity and Language" en Bock, Gisela y James, Susan (eds.) *Beyond Equality and Difference: Citizenship, Feminist Politics and Female Subjectivity*. Nueva York, NY: Routledge, pp. 164-176.
- VOLTAIRE (1967) "Aventure de la mémoire" en *Romans et Contes*. París: Editions Gallimard, pp. 501-504.
- VON WRIGHT, Georg Heinrick (1980) *Explicación y comprensión*. Madrid: Alianza Editorial.
- WAJCMAN, Judy (2004) *Technofeminism*. Cambridge: Polity Press.
- WANTA, Wayne y GHANEM, Salma (2006) "Effects of Agenda-setting" en PREISS, Raymond; GAYLE, Barbara. M. et al. (eds.) *Mass media theories and processes: Advances through meta-analysis*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, pp. 37-52.
- ; GOLAN, Guy y LEE, Cheolhan (2004) "Agenda-setting and International News: Media Influence on Public Perceptions of Foreign Nations." *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 81(2), 364-377.
- WATZLAWICK, Paul (2003) *¿Es real la realidad? Confusión, desinformación, comunicación*. Barcelona: Herder Editorial.
- (comp.) (1988) *La realidad inventada. ¿Cómo sabemos lo que creemos saber?* Barcelona: Editorial Gedisa.
- WEBER, Max (1971) *Economie et société*. París: Editions Plon.
- WEINRICH, Harald (1999) *Leteo: Arte y crítica del olvido*. Madrid: Ediciones Siruela.
- WEINTRAUB, Karl J. (1991) "Autobiografía y conciencia histórica." *Revista Anthropos*, 29, 18-33.
- (1993) *La formación de la individualidad: Autobiografía e historia*. Madrid: Editorial Megazul Endimion.
- WHITAKER, Reginald (1999) *The End of Privacy: How Total Surveillance is Becoming a Reality*. Nueva York, NY: The New Press.
- WHITE, Hayden (1992) *Metahistoria. La imaginación histórica en la Europa del siglo XIX*. México: Fondo de Cultura Económica.
- (2010) "The Structure of Historical Narrative" en *The Fiction of Narrative. Essays on History, Literature, and Theory*. Baltimore, MD: Johns Hopkins University Press, pp. 112-125.
- WHITE, Leslie Alvin (1987) *La ciencia de la cultura. Un estudio sobre el hombre y la civilización*. Barcelona: Paidós.
- WHITEHEAD, Alfred North (1956) *Proceso y realidad*. Buenos Aires: Editorial Losada.
- WINNICOTT, Donald W. (1999) "Objetos y fenómenos transicionales" en *Escritos de pediatría y psicoanálisis*. Barcelona: Editorial Paidós, pp. 307-324.
- WITTGENSTEIN, Ludwig (1991) *Diarios secretos*. Madrid: Alianza Editorial.

- WODAK, Ruth (1989) *Language, Power and Ideology. Studies in Political Discourse*. Amsterdam: John Benjamins.
- y MEYER, Michael (eds.) (2001) *Methods of Critical Discourse Analysis*. Londres: Sage Publications.
- WONG, Nicholas Y. B. (2010) "Globalization, Cultural Identities, and Media Representations." *Identities: Global Studies in Culture and Power*, 31(2), marzo, 273-276.
- WOLF, Mauro (1986) "Le discrete influenze." *Problemi dell'Informazione*, 21(4), diciembre, Bolonia, 481-492.
- (1992) *Los efectos sociales de los media*. Barcelona: Paidós.
- WRIGHT, Mark H. (1994) "Burkeian and Freudian Theories of Identification." *Communication Quarterly*, 42(3), 301-310.
- WRIGHT, Terry R. (1989) *Theology and Literature*. Oxford: Blackwell Publishing.
- WUNENBURGER, Jean-Jacques (2008) *Antropología del imaginario*. Buenos Aires: Ediciones del Sol.
- WYATT, Sally (2008) "Feminism, Technology and the Information Society. Learning from the Past, Imagining the Future." *Information, Communication and Society*, 11(1), febrero, 111-130.
- YEE, Nick y BAIENSON, Jeremy (2007) "The Proteus Effect: Self Transformations in Virtual Reality." *Human Communication Research*, 33(3), julio, 271-290.
- YUNI, José Alberto y ARIEL Urbano, Claudio (2006) *Técnicas para investigar: Recursos metodológicos para la preparación de proyectos de investigación*, vol. 1. Córdoba, Argentina: Editorial Brujas.
- YURCHISIN, Jennifer; WATCHRAVESRINGKAN, Kittichai y MCCABE, Deborah B. (2005) "An Exploration of Identity Re-creation in the Context of Internet Dating." *Social Behavior and Personality*, 33(8), 735-750.
- ZAPATA-BARRERO, Ricard y VAN DIJK, Teun A. (eds.) (2007) *Discursos sobre la inmigración en España. Los medios de comunicación, los parlamentos y las administraciones*. Barcelona: Centro de Estudios y Documentación Internacionales de Barcelona.
- ZHAO, Shanyang; GRASMUCK, Sherri y MARTIN, Jason (2008) "Identity Construction on Facebook: Digital Empowerment in Anchored Relationships." *Computer in Human Behavior*, 24(5), septiembre, 1816-1836.
- ZILLER, Robert C. (1990) *Photographing the Self: Methods for Observing Personal Orientations*. Londres: Sage Publications.

- ZILLMANN, Dolf (1980) "Anatomy of Suspense" en Tannenbaum, Percy H. (ed.) *The Entertainment Functions of Television*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, pp. 133-163.
- (1995) "Mechanism of Emotional Involvement with Drama." *Poetics*, 23(1-2), enero, 33-51.