

4. Elementos para comprender el análisis del medio impreso: *National Geographic* en español

Hoy en día los medios de comunicación tienen vital importancia en la vida cotidiana de cualquier sociedad, ya que además de que nos tienen informados sobre lo que está pasando alrededor del mundo, son las herramientas idóneas para la transmisión de mensajes y por lo tanto de ideologías. Es por esto que el estudiar algún medio es básico para darnos cuenta que tipo de sistemas de representación y significación se están haciendo llegar a las audiencias.

Este capítulo se divide en dos partes, la primera es una introducción y descripción sobre los diferentes elementos semióticos para poder realizar un análisis cualitativo semiótico y, la segunda es la descripción detallada y la manera en la cual se empleó la semiótica, es una explicación en detalle de qué se hizo y cómo se hizo, en pocas palabras la metodología que se empleó para la realización del estudio de esta tesis.

Ahora bien, antes que nada es necesario hacernos la siguiente pregunta, ¿por qué la semiótica juega un papel tan importante dentro de los estudios culturales? Según Lozano (1996) el enfoque semiótico es uno de los que más aportaciones han hecho para los estudios culturales. McQuail, 1983 (citado por Lozano) se refiere a la importancia de la semiótica de la siguiente manera.

...ayuda a establecer la significación cultural del contenido de los medios (...). Indudablemente ofrece un sistema para describir el

contenido: puede arrojar alguna luz sobre quiénes producen y transmiten un conjunto de mensajes; potencialmente es tan útil, y quizás más útil, que el análisis tradicional de contenido para predecir o explicar los efectos; y es especialmente apto para determinadas clases de estudios valorativos, sobre todo para los que pretenden descubrir la ideología y la tendenciosidad latentes en el contenido de los medios de comunicación (p. 160)

Para Chandler (<http://www.aber.ac.uk>) la definición más corta y sencilla de semiótica es el estudio de los signos, que éstos pueden ser signos visuales, pinturas, fotografías, al igual que también se incluyen palabras, sonidos y el lenguaje corporal.

La semiótica o semiología para Cynthia (<http://www.monografias.com>) es la ciencia que se preocupa por los sistemas de comunicación dentro de las sociedades humanas. Lacey (1998) comenta que el estudio de los signos se fundó simultáneamente tanto en Europa por Saussure (semiología) y en Estados Unidos por Charles Peirce (semiótica).

Cynthia (<http://www.monografias.com>) explica que Saussure fue el primero que habló de la semiología y la define como una ciencia que estudia la vida de los signos en el seno de la vida social. Saussure recalca en que la lingüística es una parte de la semiología, ya que esta abarca también el estudio de los sistemas de signos no lingüísticos.

Lacey (1998) agrega que cuando Saussure describe cómo los signos son creados, éste no se refiere exclusivamente a los signos formales, tales como los códigos de tránsito, sino a cualquier sistema de comunicación. Así que el lenguaje por ser el principal sistema de comunicación que usamos, este estudio le pone gran atención. Se cae a menudo en el error de considerar equivalentes lenguaje y semiología, y nada más alejado de la realidad; El lenguaje es semiología, pero no toda la semiología es lenguaje.

El americano Peirce concibe igualmente una teoría general de los signos que llama semiótica. Una de las aportaciones más significativas de Barthes según Cynthia (<http://www.monografias.com>) fue la definición y el estudio del mito, que más adelante se explicará.

La semiótica para Seiter, 1992 (citado por Lozano, 1996) es el estudio de todo las cosas que puedan usarse para comunicar, esto puede ser desde las palabras, las imágenes, las señales de tránsito, las flores, música, etc. En otras palabras, la semiótica es la que se encarga de estudiar la manera en la cual dichos signos comunican algo y las reglas por las que se rigen. En esta disciplina más que preguntarse cuál es el significado, se cuestiona cómo se crea.

La semiótica de acuerdo con Seiter, 1992 (citado por Lozano, 1996) menciona muy frecuentemente los textos como si sus significados fueran

unívocos y a la vez como si la audiencia fuera a interpretarlos de la misma forma. Pero esto no es efectivo, porque en el proceso de la recepción, como se verá en el punto siguiente, puede haber una serie de aspectos que darán pie a decodificaciones distintas de un mismo mensaje, como por ejemplo la polisemia de los mensajes.

Sin embargo Lozano (1996) concluye diciendo que estas barreras se reparan en un enfoque crítico que, ayudado por el poder de la semiótica y el estructuralismo para hondar en los significados de los mensajes, los sitúa en un gran contexto de la creación cultural y propagación simbólica en los contenidos de los medios masivo de comunicación.

Otros estudios según Cynthia (<http://www.monografias.com>) se han preocupado por el estudios de la semiótica tales como: Prieto, Barthes, Umberto Eco. A estos últimos se debe la aplicación del concepto de signos a todos los hechos significativos de la sociedad humana. Ej: La moda, las costumbres, los espectáculos, los ritos y ceremonias, los objetos de uso cotidiano.

Ahora bien un punto importante dentro de la semiótica es la significación, según O'Sullivan, Hartley, Sauders, Montgomery y Fiske (1995) la significación para Saussure es la relación de un signo o un conjunto de éstos con su realidad referencial. Por otro lado Barthes (citado por O'Sullivan, Hartley, Sauders, Montgomery y Fiske, 1995) desarrolla más este concepto, diciendo que

significación es la forma en la cual los signos actúan dentro de una cultura, es decir lo que hace diferente del concepto de Saussure es el hecho de tomar en cuenta los valores culturales.

Los sistemas de signos que usamos no son dados o naturales por casualidad. Son un desarrollo de nuestra cultura y por consiguiente conllevan significados culturales y valores, “el equipaje” cultural. Forman la conciencia de individuos, convirtiéndonos en seres sociales (Austin, <http://es.geocities.com>)

Así mismo, Fiske (1990) dice que el signo se desarrolla en dos niveles de significación y dentro de éstos el signo trabaja de tres formas distintas. Primeramente como **denotación** que se da dentro del primer nivel de significación, como **connotación** y una de sus principales aportaciones **el mito**, que estos dos conceptos se desarrollan en el segundo nivel.

Barthes (citado por O’Sullivan, Hartley, Saunders, Montgomery y Fiske, 1995) dice que denotación es lo que Saussure define como significante; y el segundo punto, la connotación, es cuando los sentidos de un signo están con los valores y los discursos establecidos en una sociedad o cultura, o sea el significado para Saussure.

...significante es en cierta manera la imagen por parte del creador, y cuyo significado, ya sea estético o ideológico, remite a la sociedad que recibe el mensaje. En suma, todas las estas imitativas contienen dos

mensajes: un mensaje denotado que es el análogo en sí, y el mensaje connotado, que es la manera como la sociedad hace leer, en cierta medida, lo que piensa (Barthes, <http://www.nombrefalso.com.ar>)

Ahora bien O'Sullivan, Hartley, Sauders, Montgomery y Fiske (1995), describen cada tipo de significación. La denotación, como se dijo anteriormente es la relación simple de los signos con su referente. Un ejemplo sería la acción mecánica que realiza una cámara al reproducir la imagen en foco, esto sería una denotación.

Por otro lado, O'Sullivan, Hartley, Sauders, Montgomery y Fiske (1995), la connotación, se da cuando el sentido denotativo del signo hace las veces del sistema de valores de la cultura, sociedad o persona que lo emplea. Es por eso que origina matices de sentido asociativo, expresivos, evaluativos o de actitud. Un ejemplo sería: en la fotografía, el proceso mecánico produce sentidos denotativos, como lo vimos anteriormente, pero la diferencia es que si existe la intervención humana en la selección de diferentes elementos como el filtro, el encuadre o la iluminación producen la connotación.

...la connotación está definida por la forma del significante: cambiar el significante manteniendo el mismo significado del primer orden es la forma de verificar los sentidos connotativos. En pocas palabras la connotación se preocupa más por el cómo que al qué de la comunicación. (O'Sullivan, Hartley, Sauders, Montgomery y Fiske, 1995, p. 327)

Para Seiter, según Lozano (1996) los significados connotativos son los causantes que hacen que los estudiosos de la semiótica tomen interés por la ideología y por las relaciones sociales y sus causas.

Es importante mencionar que las connotaciones son convencionales y por lo tanto forman mitos. Barthes (citado por O'Sullivan, Hartley, Sauders, Montgomery y Fiske, 1995) lo definió como un sistema de conceptos que son aceptados por un grupo social. Esta cadena de conceptos, ya aceptados, trae como consecuencia que un tema o una experiencia social puedan ser entendidos por una sociedad.

Es importante señalar según O'Sullivan, Hartley, Sauders, Montgomery y Fiske (1995) que los mitos son arbitrarios en cuanto a sus referentes y cada cultura desarrolla sus propios mitos. Una de las características de los mitos es que son conceptuales y trabajan en el plano del significado; las connotaciones son evaluativas, emotivas y operan en el plano del significante.

Lacey (1998) da un ejemplo de las tres formas en la cual el signo trabaja. Lacey dice que una flor con pétalos rosas, hojas verdes y un tallo con espinas, significa el concepto mental de una rosa, este sería el primer nivel, es decir el nivel denotativo (darle el significado básico al signo). Ahora bien, el signo de rosa puede convertirse en un concepto de romanticismo, particularmente si el contexto en el que se encuentra sea algo rojo o el día de San Valentín (aquí el signo se encuentra en el segundo nivel, y es connotativo). Por último el

Romanticismo es un mito (segundo nivel), que define el de una relación amorosa heterosexual, en donde la mujer, es por decirlo de alguna manera, pasiva; y el hombre es el que tiene el control en la relación.

Con este ejemplo pudimos ver cómo el signo denotativo puede convertirse en significado del segundo orden del sistema de significación, creando una connotación. Con esto Barthes muestra como el signo de Saussure puede convertirse en significado, no sólo para crear connotaciones, sino también mitos.

Sobre este mismo tema Fiske y Hartley, 1978 (citado por O'Sullivan, Hartley, Sauders, Montgomery y Fiske, 1995), agregan un tercer orden a la propuesta de Barthes que es significación e ideología. Ellos señalan que las connotaciones y los mitos de una cultura son los signos manifiestos de su ideología. Es la manera en la que las connotaciones y los mitos se relacionan entre sí para crear una algo coherente o un sentido de totalidad, constituye la prueba de que en la base de tales mitos y connotaciones hay un principio organizador invisible, o sea, la ideología.

Austin (<http://es.geocities.com>) comenta que la significación del tercer orden es una cuestión de los significados culturales de los signos. Estos significados culturales derivan no del signo mismo, sino de la manera que la sociedad usa y valora el significante y el significado.

Para lograr un mejor entendimiento sobre lo que es la significación, no se puede pasar por alto lo que es y las características del signo, para O'Sullivan, Hartley, Saunders, Montgomery y Fiske (1995) el signo tiene que contar con tres características:

- Tener una forma física
- Referirse a algo diferente de sí mismo
- Ser utilizado y reconocido por las personas como un signo

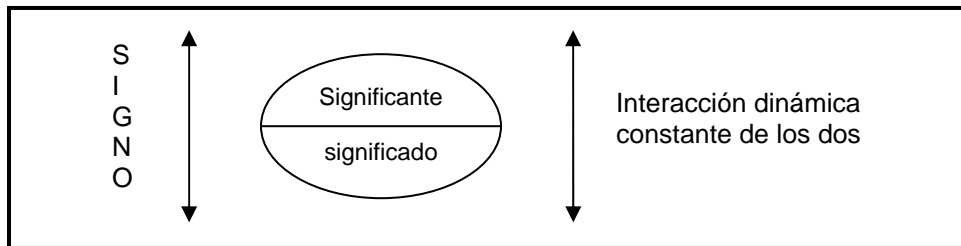
La forma en la que los signos se organizan, en códigos o lenguaje, son la base principal para cualquier estudio de comunicación. Otras de las características de los signos es que pueden adoptar diferentes formas, como palabras, dibujos, señales, gestos, fotografías, etc.

Schirato y Yell (2000) comentan que Saussure divide el signo en dos partes: *significante* (forma física, como la percibimos con los sentidos) y *significado* (concepto que nos creamos en la mente de todo aquello a lo que el signo se refiere)

... Saussure vio la división del signo, en imagen del sonido (de la palabra) y concepto, como un poco ambigua. Así que él refinó la idea diciendo que estaría un poco más clara si nos referimos al concepto como **significado** y a la imagen de la palabra como **significante** (Austin, <http://es.geocities.com>)

Gráfico 2- Modelo de Saussure

O´Sullivan, Hartley, Sauders, Montgomery y Fiske, 1995, p. 328



La relación que existe entre estos conceptos puede ser arbitraria o icónica. Es decir, en el signo arbitrario no hay una relación entre el significante y el significado. Por otro lado en el signo icónico, la constitución del significado influye sobre la forma del significante (O´Sullivan, Hartley, Sauders, Montgomery y Fiske, 1995)

...para Saussure, la relación que hay entre el significante y el significado en el lenguaje verbal es convencional, arbitraria...no hay relación necesaria entre el significante y el significado: la relación está determinada por convenciones, reglas o acuerdos entre los usuarios. En la práctica, no hay una razón obligada de que las letras p, e, r, r, o

constituyan el significante que nos remite al significado de una animal cuadrúpedo con las características que le asignamos (p. 161)

Schirato y Yell (2000) resumen en tres puntos la relación existente entre signos y significados. El primer punto es que los significados se producen a partir de la relación entre signos. Los signos no poseen significados por si mismos. El segundo aspecto, la interpretación del significante siempre será hecha por otro significante. Por último la producción de significados es un área de la ideología.

Voloshinov 1973 (citado por Chandler, <http://www.aber.ac.uk>) dice que el signo forma parte de una organización social, por lo tanto no puede existir fuera de ésta ya que se convertiría en un elemento sin ningún sentido.

Por otro lado Pierce (citado por Chandler, <http://www.aber.ac.uk>) afirma que hay tres tipos de signos: los **icónicos**, los **índices** y los **símbolos**. Los signos icónicos son cuando existe una marcada semejanza física o perceptiva entre el significante y aquello de lo cual esta hace las veces. Austin (<http://es.geocities.com>) da un ejemplo: un signo carretero mostrando la silueta de un automóvil y una motocicleta es altamente icónico porque las siluetas se parecen una motocicleta y un automóvil.

Un índice es un signo relacionado con su objeto de manera incidental o existencial, un ejemplo podría ser el humo como un indicador de fuego (Chandler, <http://www.aber.ac.uk>)

En las viejas películas, cuando necesitaban mostrar el paso de tiempo, podían mostrar las hojas de los días del mes cayendo de un calendario típico - eso es *icónico*, porque se ven hojas que se rasgan fuera de un calendario; los números 1, 2, 3 etc., enero, febrero etc. son *símbolos* - éstos son completamente arbitrarios; la sucesión entera es *indéxica* (índice) del paso de tiempo - asociamos el levantamiento de las hojas con el paso de tiempo (Austin, <http://es.geocities.com>)

Y por último Chandler (<http://www.aber.ac.uk>) dice que el símbolo es un signo que hace las veces de algo diferente de sí mismo, en virtud de un acuerdo entre los miembros de la cultura que emplea.

El signo del camino con la motocicleta y el automóvil tiene, elementos icónicos, pero también tiene elementos simbólicos: un fondo blanco con un círculo rojo alrededor de él. Éstos significan 'algo está prohibido', simplemente porque estamos de acuerdo que ese es lo que quiere decir (Austin, <http://es.geocities.com>)

Chandler (<http://www.aber.ac.uk>) comenta que es muy sencillo dividir el signo en tres tipos, lo importante es que esta división no es exclusiva, un signo puede ser icono, un símbolo un signo índice, en fin puede darse cualquier

combinación. Sobre esto Pierce afirma que sería imposible encontrar un signo puramente icónico, índice o símbolo.

Otro punto relevante sobre el signo es que de acuerdo a la semiótica de Saussure, según Chandler (<http://www.aber.ac.uk>) los signos se organizan en códigos, en dos formas principalmente: paradigmas y sintagmas. Una de las preocupaciones principales de Saussure era la relación existente entre el significante y significado, al igual que la relación del signo con los elementos que se encuentra a su alrededor, a estas diferencias las llamó sintagma y paradigma, en las cuales el lenguaje se desarrolla. Tanto el sintagma como el paradigma se presentan “ejes”, donde el eje horizontal corresponde al sintagma y el vertical al paradigmático.

O’Sullivan, Hartley, Sauders, Montgomery y Fiske (1995) definen al paradigma como el grupo de unidades de las que se puede seleccionar una para mezclarlas con unidades de otros paradigmas, con el fin de formar un sintagma, es decir una integración de unidades en un todo significativo.

La dimensión paradigmática del lenguaje según los autores O’Sullivan, Hartley, Sauders, Montgomery y Fiske (1995), es la elección, y la sintagmática es la combinación. Un ejemplo que da Saussure es que las letras del alfabeto son un paradigma y una vez elegidas las letras del alfabeto pueden combinarse para así formar palabras escritas y enunciados, esto es un sintagma.

Ahora bien, O'Sullivan, Hartley, Sauders, Montgomery y Fiske (1995) la definen el concepto de sintagma como la combinación de unidades tomadas de un paradigma para crear algo con significado. Una oración es un sintagma, un anuncio publicitario es un sintagma de signos visuales. Los sintagmas pueden ser mezclas en el espacio o en el tiempo. Los componentes del sintagma pueden relacionarse entre sí y así modificar la significación que cada una de ellas tiene en el sintagma.

Austin (<http://es.geocities.com>) ejemplifica la diferencia entre sintagma y paradigma de la siguiente manera.,

El lenguaje es lineal: usted produce un sonido después de otro, las palabras siguen una después de la otra. Cuando nosotros pensamos en signos entrelazados de esta manera (por ejemplo, en el lenguaje, viniendo uno detrás de otro: en ella+puede+irse), entonces nosotros estamos pensando este orden lineal en términos de lo que Saussure llama un sintagma. Hay una relación de sintagmática entre ellos. Sin embargo, al mismo tiempo que producimos signos unidos entre si en el tiempo, nosotros también hacemos algo que está fuera de esa sucesión temporal: escogemos un signo desde un rango entero de signos alternativas. Así, cuando un periodista escribe:

Los terroristas de IRA atacaron un puesto del ejército en Londonderry en Irlanda del Norte

Él escoge cada signo de un rango de alternativas. Podría decir:

“La roña del IRA”, “unidades activas del IRA”, “paramilitares de IRA”, “luchadores de la libertad IRA”, “locos de IRA...”

El periodista podría referirse a Londonderry como 'Derry', el nombre más normalmente usado por los nacionalistas; ella podría referirse a Irlanda Norteña como 'Ulster', los Seis Condados, los 'condados ocupados', etc.

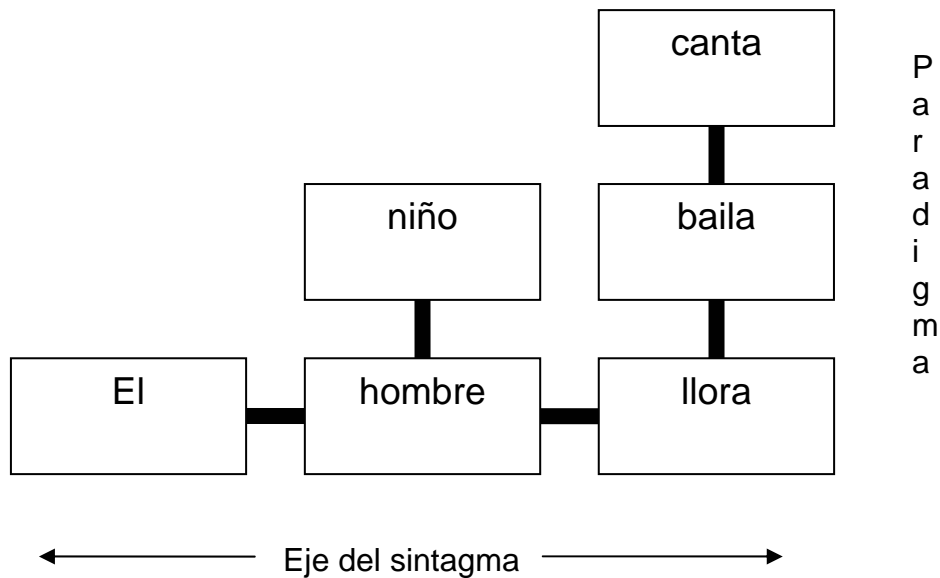
Cuando vemos este rango de posibilidades, estamos examinando un paradigma. Nosotros estamos examinando la relación paradigmática entre los signos

Por otra parte Chandler (<http://www.aber.ac.uk>) dice que estos dos conceptos se presentan como ejes, donde el eje horizontal es el sintagma y el vertical el paradigma. El ejemplifica esto de la siguiente manera:

Gráfico 3- Modelo de Chandler para ejemplificar el sintagma y paradigma

<http://www.aber.ac.uk>





El plano del sintagma es la combinación de esto-y-esto-y-esto (como en la oración el hombre llora), mientras que en plano del paradigma es la selección de esto-o-esto-o-esto (por ejemplo remplazar la palabra por la selección de las palabras, canta o baila). Aquí los elementos se apoyan uno tras otro en la cadena del habla. Ferrero (<http://www.andinia.com>) dice que los Sintagmas son estas combinaciones que se apoyan en la extensión, compuestos siempre de dos o más unidades consecutivas. Ejemplo: componentes de una oración. En un Sintagma un término adquiere su valor solo porque se opone al que lo precede o al que le sigue o a ambos.

Así mismo, Coen (<http://www.correodelmaestro.com>) comenta que es importante tener presente que ese “grupo o conjunto de palabras” está constituido por los signos lingüísticos que escogemos de un elenco llamado *paradigma*. Que Ferrero (<http://www.andinia.com>) define al paradigma como

“relación que se efectuada en la memoria con las palabras que tienen algo en común con la palabra en cuestión”

Por lo tanto en un sintagma el sentido de una unidad está determinada por la manera en que esta se relaciona con las demás, mientras que un paradigma el sentido esta determinado por el modo en que se distingue de los demás. (O´Sullivan, Hartley, Sauders, Montgomery y Fiske, 1995)

Para concluir cabe decir que la semiótica es sobretodo una perspectiva que consiste en preguntarse de qué manera las cosas se convierten en portadores del significado. Así, la tarea de la semiótica conlleva la determinación de los criterios que pueden ayudar a diferenciar los tipos diversos de signos y otras clases de significaciones.

Por lo tanto, la semiótica no solamente tiene como tarea describir semejanzas y desemejanzas entre diversas maneras de transmitir el significado, pero tiene igualmente que dar cuenta de las diversas maneras en las cuales varios sistemas del significado colaboran en la transmisión de la significación (el lenguaje hablado y escrito, los gestos y la expresión facial durante una charla o como parte de una representación teatral o de una película; algo que también se puede transmitir por los nuevos medios de comunicación tales como el ordenador, etc.). Pero otro aspecto importante sobre la semiótica es que también

puede estudiar las semejanzas entre los distintos sistemas de significación en las culturas.

La semiótica tiene como uno de sus principales propósitos que nosotros le demos importancia al uso de la connotación en los medios, de tal forma que nos percatemos de que muchos de los significados que aparecen como algo natural e incuestionable en los mensajes son en realidad históricos, cambiables y particulares a la cultura que lo recibe.

Una vez entendidos los conceptos mencionados anteriormente, lo que prosigue es dar una explicación detallada de cómo la semiótica fue utilizada y la metodología que se siguió para el análisis de los artículos de países de Latinoamérica de la revista NG.

1.1. Metodología aplicada al análisis de las publicaciones de *National Geographic*

Para la realización del presente estudio, se tomaron en cuenta las revistas de NG en español desde su primera publicación, noviembre de 1997 hasta diciembre del 2002, fecha de inicio del análisis.

La investigación que comprende un lapso de publicación de cinco años y dos meses, es decir sesenta y dos revistas, estuvo centralizada exclusivamente en artículos relacionados con países de Latinoamérica.

Cabe destacar que no se tomaron en cuenta las notas publicadas sobre Latinoamérica, porque éstas en general eran de dos párrafos o menos, por lo tanto no entran dentro de la categoría de artículos. Además de poder delimitar el campo de investigación.

A partir de la revisión de los índices de las sesenta y dos revistas, se encontraron veinte publicaciones que trataban temas específicos sobre Latinoamérica. Posteriormente se llevó a cabo una revisión minuciosa de cada volumen para localizar y contabilizar los artículos de interés. La cifra alcanzada fue de cincuenta y cuatro artículos.

Esta primera clasificación consistió en leer los títulos de los artículos y así separarlos en dos grupos, ya que de primera instancia da una visión más clara de qué tipo de temas se tocan y a cuáles se les da más realce dentro de la revista.

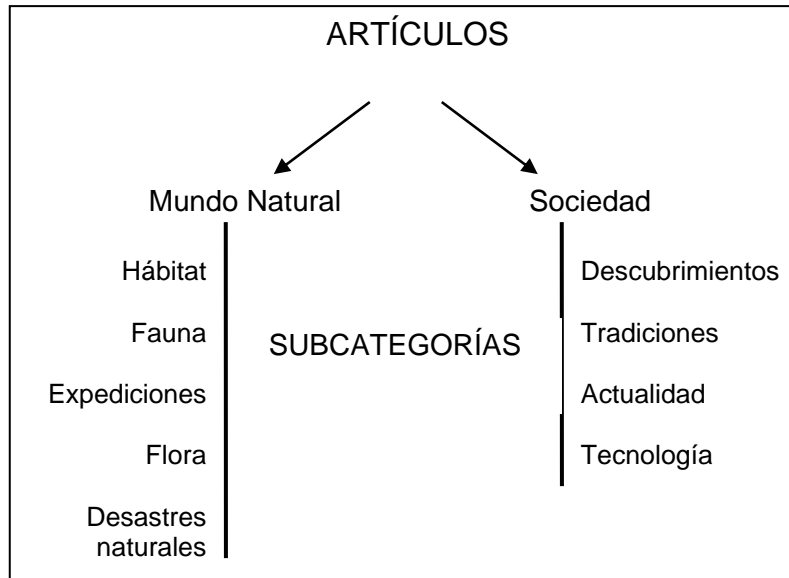
También ayudó para marcar que reportajes pertenecían a un grupo y cuáles al otro, ya que al tenerlos señalados agiliza el análisis y se pueden ubicar más rápido si se requiere hacer una consulta posterior.

Una vez ubicados y marcados todos los reportajes se leyeron y analizaron cuidadosamente, con el objetivo de ordenarlos y hacer una categorización

definitiva, ya no sólo por los títulos sino por el contenido de sus textos. La categoría y las subcategorías establecidas, fueron alcanzadas a través de un proceso inductivo.

Los artículos se dividieron primeramente en dos ramas principales, naturaleza y sociedad. Dentro de éstas se definieron subcategorías específicas para lograr un mejor análisis del contenido de los artículos. El siguiente gráfico demuestra de una manera más clara lo dicho anteriormente.

**Gráfico 4. – Clasificación de los artículos de National
Geographic**



Una vez realizada la clasificación se llevó a cabo un análisis cualitativo semiótico. Que consistió en lo siguiente, de la clasificación general se hizo un análisis paradigmático. Además se efectuó un análisis sintagmático que permitió establecer las representaciones manejadas dentro de la revista.

El análisis paradigmático fue de suma utilidad para conocer cómo los distintos significantes ubicados en un grupo se relacionaban entre sí, al igual de lograr establecer el sentido del uso de un significante en vez del otro dentro de los textos de los artículos de NG. Esto quiere decir, descubrir las ausencias, los temas excluidos, ya que éstas tienen connotaciones.

Este mismo análisis paradigmático y sintagmático se aplicó posteriormente a las subcategorías definidas para cada categoría con el mismo objetivo explicado anteriormente. De esta forma se realizó un análisis más detallado de cada

artículo, con el fin de saber y reforzar los resultados obtenidos de la clasificación principal.

Una vez obtenidos los resultados de las subcategorías se hizo una comparación con los logrados en las dos las categorías principales y a partir de esto se formularon las conclusiones respectivas.

Para finalizar es importante recalcar que para el estudio de los sistemas de significación y representación es necesario analizar los mensajes emitidos por los medios masivos de comunicación. Que a la vez éstos se apoyan en signos, es decir, todo aquello que, con base en convenciones sociales anticipadamente dictaminadas, puede tomarse como algo que representa otra cosa.

El análisis de los medios de comunicación es básico, debido a que la forma en la que se presenta un texto (mensaje), en este caso los artículos de la revista de NG, trae como consecuencia que los lectores tomen cierta postura y que éstos privilegie un grupo de valores y significados por sobre otros, en el cual estos significados y valores frecuentemente son a favor de las ideologías dominantes.