

CAPÍTULO IV

ESTUDIOS CULTURALES DE LA COMUNICACIÓN.

En este capítulo hablaremos de manera rápida sobre los tres diferentes tipos de análisis culturales: Análisis de contenido, análisis del discurso y análisis de representaciones. Básicamente se hará una introducción de la teoría, la metodología y la técnica de cada uno, para aclarar y sustentar la elección de uno de ellos. Para finalmente, dar a conocer el método que más se apegue al objetivo de estudio de esta tesis sustentando así el por qué se ha seleccionado dicha técnica.

4.1 ANÁLISIS DE CONTENIDO.

4.1.1 Teoría

“El análisis de contenido es una técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias producibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto” (Krippendorft; 1990: 28).

Este análisis de contenido tiene como objetivo entregar nuevas investigaciones de los hechos, un conocimiento original y reflexiones inéditas al investigador y al lector. Su intención es “describir y examinar la lógica de la creación de métodos y técnicas de investigación, poner en relieve su eficiencia y sus limitaciones, generalizar sus éxitos y fracasos, descubrir los ámbitos apropiados de aplicación y predecir sus posibles contribuciones”. (Krippendorft; 1990: 12).

El análisis de contenido pretende entender los datos como fenómenos simbólicos, ya que nos permite conocer el contenido y las explicaciones que se observaron en un determinado fenómeno. Esta metodología es utilizada en las ciencias sociales para entender mejor lo que se tiene de la realidad política y social a partir de análisis cuantitativo de símbolos y mensajes.

El análisis de contenido se puede aplicar en cualquier mensaje del cual se pueda obtener un expediente, ya sea de una película, periódicos, “*cómics*”, un escrito, etc. Este tipo de análisis es sensible al contexto y por ello puede procesar formas simbólicas.

Esta metodología a lo largo de sus sesenta años de ser usada de manera formal y regular, según Krippendorft, hoy en día difiere, ya que en la actualidad “el análisis de contenido tiene una orientación empírica y explicativa vinculada a fenómenos reales y de finalidad predictiva, pues está ligado a concepciones más recientes sobre los fenómenos simbólicos. Este análisis está desarrollando una metodología propia que permite al investigador programar, comunicar y evaluar críticamente un plano de investigación con independencia de sus resultados” (Krippendorft citado por Sergio Almazán ; 2002: 19).

4.1.2 Técnica

El análisis de contenido se lleva a cabo con los siguientes fases y pasos:

- El contexto de sus datos

- El objetivo de una análisis de contenido.
- La validez como criterio supremo de éxito.
- Revisión de datos y literatura.
- Selección de la muestra y unidades de análisis.
- Creación de categorías.
- Formular inferencias basadas en el contenido.

Dentro del análisis de contenido podemos encontrar el *Análisis de contenido pragmático*, en donde se clasifican los signos según su causa o efecto. El *Análisis de contenido semántico*¹, que clasifican sus signos de acuerdo con sus significados. Y el *Análisis de vehículos-signos*, que clasifican en contenido de acuerdo con las prioridades psicofísicas de los signos. (Janis en Krippendorft; 1990: 45-46).

4.1.3 Método

El análisis de contenido se puede aplicar en diversas formas como lo menciona Sergio Almazán en su tesis *Periodismo mexicano a finales del siglo XX*.

- ✓ Para describir tendencias en el contenido de las comunicaciones.
- ✓ Para verificar en qué medida el contenido de la comunicación cumple con los objetivos.
- ✓ Para colaborar en operaciones técnicas en una investigación

¹ El análisis semántico se divide en Análisis de designaciones (hace referencia a objetos como personas, cosas o conceptos), Análisis de atributos (son las características del objeto, por ejemplo la honestidad) y Análisis de aseveraciones (es la frecuencia con la que ciertos objetos son caracterizados) (Almazán; 2002: 45).

- ✓ Para exponer técnicas de la propaganda.
- ✓ Para poner en relieve datos estadísticos.
- ✓ Para obtener información política y militar.
- ✓ Para reflejar actitudes, intereses y valores de ciertos grupos de la población.
- ✓ Para revelar el foco de atención.
- ✓ Para describir las respuestas actitudinales y conductuales frente a las comunicaciones. (Krippendorff en Almazán; 2002: 51-52).

4.2 ANÁLISIS DEL DISCURSO.

4.2.1 Teoría

“El análisis del discurso se define por de objeto el análisis de textos, específicamente los discursos, los texto, los mensajes, el habla, el diálogo o la conversación” (Cruz, 2002: 68).

En cuanto a el análisis del discurso, de acuerdo con Dijk en *“La noticia como discursos. Comprensión, estructura y producción de la información”* el objetivo principal de este análisis es producir descripciones explícitas. Las descripciones del análisis del discurso deben ser textuales y contextuales, ya que, este estudio se interesa por las relaciones sistemáticas entre el texto² y el contexto³.

A la luz de las fuentes consultadas queda claro que gran parte de los estudios sobre análisis del discurso ocurren en una o más de las áreas de significados, forma,

² El texto es cualquier fenómeno cultural a partir del cual se pueda hacer una lectura o interpretación.

³ Momento histórico o social en el cual se produce y consume el texto

interacción, y cognición. Sin embargo se aprecia que el contexto juega un rol fundamental en la descripción y explicación de los textos escritos y orales.

El contexto es utilizado por diversos expertos en una variada amplitud de significados. En la línea de enfoque de Van Dijk se puede definir como “ la estructura que involucra todas las propiedades o atributos de la situación social que son relevantes en la producción y comprensión del discurso” (www.cem.itesm.mx)

Con esto podemos decir que los rasgos del contexto no sólo pueden influir en el discurso oral o escrito, sino que puede modificar las características del contexto, como lo son las estructuras sociales en donde se ubica el ambiente (circunstancias, tiempo, etc.), los participantes y sus roles socio comunicativos (locutor, amigo, etc.), interacciones metas y propósitos. Así mismo las estructuras globales que hacen evidente o relevante la identificación del desarrollo en el proceso de discurso en acciones de la organización o en instituciones como reportajes, informes, legislaciones, educación o juicio. Por lo tanto este contexto global se manifiesta cuando los participantes se involucran en interacciones como miembros de un grupo, clase o institución social.

Van Dijk comenta que en todos los niveles de discurso podemos encontrar huellas del contexto en las que las características sociales de los participantes juegan un rol fundamental como género⁴, clase, etnicidad⁵, edad, origen, posición u otras formas de pertenencia grupal.

⁴ Desigualdad de género al ejercer un control de aquellos aspectos del contexto a expensas del sexo opuesto; por ejemplo: femenino y masculino.

El análisis del discurso examina las combinaciones discursivas de las oraciones, la coherencia, los actos del habla y los cambios de tópico o turnos de conversación.

4.2.2 TIPOS DE ANÁLISIS DEL DISCURSO

El que más prevalece o ha prevalecido es el trabajo sobre "análisis textual" que trata con las estructuras más abstractas del discurso escrito como un objeto fijo en la perspectiva de la lingüística.

El "estudio del habla" (discurso oral es otro tipo de análisis del discurso y éste se centra en aquellos aspectos más dinámicos de la interacción espontánea en la perspectiva de las ciencias sociales".

Estos dos tipos de análisis están comprometidos con el descubrimiento de órdenes, reglas y regularidades en el trabajo de análisis de estrategias y estructuras. Así mismo, tienen una orientación descriptiva y tiende a ignorar contextos como lo social y lo cognitivo.

De igual manera existe la distinción entre estudios más formales o abstractos como en la inteligencia artificial y gramática, y estudios más concretos de textos reales o formas de habla en contextos específicos o socio-históricos, es decir, de la formas reales

⁵ aquí se implica el discurso y la comunicación intra e intercultural. Por ejemplo, distintos grupos étnicos que han sido capaces de desarrollar formas de hablar específicas dando origen a una influencia y adaptación mutua que al mismo tiempo genera problemas de comunicación y comprensión intercultural

en que los usuarios de una lengua se manejan como "actores sociales", hablando, significando, y haciendo cosas con palabras.

El análisis del discurso se apunta hacia:

1. Conversaciones
2. Las noticias
3. La publicidad
4. La narrativa
5. La argumentación
6. Educación
7. Medios
8. Política
9. El discurso político, entre otros.

En la página www.cem.itesm.mx se comenta que cada uno de estos enfoques ha desarrollado sus propios conceptos, métodos y técnicas de análisis; una integración de los mismos pueden circular en forma paralela a la variación y especialización interdisciplinaria de los cuales van Dijk distingue tres: a) los que se centran en el discurso mismo o en la estructura, b) los que consideran el discurso como comunicación en el ámbito de la "cognición", y c) aquellos que se centran en la estructura socio-cultural. Todos estos conforman una trilogía (discurso, cognición, sociedad).

4.2.3 Técnica

Por ser el análisis del discurso un campo interdisciplinario nos referiremos en forma resumida a las principales disciplinas que lo abordan y tratan como es:

4.2.3.1 Etnografía

Surge a mediados del año 69 y lo aborda en el campo antropológico donde se levanta un escenario con un primer "informe etnográfico" de los llamados "eventos comunicativos" (formas de hablar) en los contextos culturales.

4.2.3.2 Estructuralismo y semiótica

Surge como el llamado Formalistas y otros especialistas Rusos en los años 20 y 30. El primero ofrece un marco más amplio para el estudio de la "narrativa", los "mitos", "literatura", y "cine" y otras prácticas semióticas en Francia desde donde se proyectaron influencias en diversos sentidos y latitudes.

4.2.3.3 Gramática del discurso

Más allá de la corriente Generativista en Lingüística, algunos lingüistas se han dado cuenta que el estudio de la lengua significaba, más que describir un sistema sintáctico, sobre la base de oraciones aisladas de contexto, comenzar a pensar en términos de "texto"

o, como lo denomina van Dijk, la gramática de discurso centrado especialmente en las relaciones semánticas y funcionales entre las oraciones.

4.2.3.4 La sociolingüística y la pragmática

Al mismo tiempo que emergen los intereses por la estructura del discurso lo hacen también la sociolingüística y la pragmática como nuevas orientaciones en el campo de las ciencias del lenguaje. Parte de estos esfuerzos se centran en la "naturaleza discursiva del uso del lenguaje", "los actos de habla", y la "interacción verbal" al no sentirse una satisfacción con las cuentas formales de la estructura del discurso en un contexto socio-cultural.

4.2.3.5 La etnometodología

La Psicología Cognitiva: Junto con la Psicología Educacional e inspirada por las complejidades del "aprendizaje humano" y/o "la adquisición del conocimiento" (fundamentos epistemológicos) (Audi, 1998) en el inicio de los 70 surge una corriente de investigación en el estudio o rol que desempeñan los "procesos mentales" (atención, memoria, percepción, concentración, solución de problemas, etc.) en el proceso de comprensión de "textos" y en un marco que posteriormente conocemos como "ciencia cognitiva".

4.2.3.6 La psicología social y la "psicología discursiva"

La primera entra al campo del análisis del discurso solamente en la década de los 80 a pesar de que en sus áreas de acción se habían tratado temas relevantes como los "procesos de socialización" y la "atribución".

4.3.2.3.7 Los estudios de la comunicación

En forma de algún modo lenta, en la década de los 70 y 80 las diversas ramas interesadas por el estudio de la "comunicación humana" sintieron que el análisis del discurso ampliaba su dominio de acción, por ejemplo, la estructura de los mensajes en los medios de comunicación masivos, la comunicación interpersonal, intercultural, y empresarial.

4.2.3.8 Otras disciplinas

Lo planteado hasta aquí es válido para otras disciplinas que puedan emerger en el análisis del discurso centrado en las humanidades y ciencias sociales. Por ejemplo, el estudio de las interacciones verbales en la administración de justicia (Corte o Tribunales) ya han atraído el interés en los llamados "estudios legales" en sociología y la psicología social. Por otra parte, los historiadores se interesan por la naturaleza textual de sus fuentes y de los aspectos narrativos de la historiografía; es el caso de la teología con el estudio de la Biblia o de otros textos sagrados. Podemos decir también que, por ahora, de la gama de disciplinas interesadas en el análisis del discurso, la "ciencia política" es la que parece estar ausente en forma más sistemática; no se necesita argumentar mucho para

darse cuenta que es justamente éste uno de los campos en que el discurso oral y escrito constituye un elemento central en todo proceso político. (www.cem.itesm.mx).

4.2.4 MÉTODO

Van Dijk (citado en la página cem.itesm.mx), plantea que debemos tener en cuenta un cierto número de normas con el objetivo de realizar un trabajo de análisis del discurso:

- *Lo escrito y lo oral en su entorno natural*: Significa que cualquier estudio de análisis de contenido debe tener como centro un material de trabajo que refleje realmente lo que ocurre en la interacción. Se deben evitar ejemplos inventados o contruados a favor de los datos reales, pues los datos no pueden modificarse porque se deben de estudiar tal y como se encontraron en la realidad o el contexto social.
- *El contexto*: El discurso debe de ser estudiado preferentemente como constituyente de su situación local, global y socio cultural. De muchas maneras los discursos orales y escritos, indican, reflejan o señalan su pertenencia contextual. Así las estructuras contextuales deben observar, analizar en detalle y posibles consecuencias del discurso, como por ejemplo, el ambiente, los participantes, los roles comunicativos, las metas, el conocimiento relevante, las normas y valores o estructuras institucionales, etc.

- *El discurso como expresión oral:* Se trata de trabajar interacciones verbales reales (no escritas en medios o literatura) en conversaciones reales en diálogos formales e informales. El habla es considerado como la forma básica y primordial del discurso.
- *El discurso como práctica de los miembros de una sociedad:* Aquí se estudia no sólo a los usuarios de una lengua, sino también se estudian como parte o miembros de un grupo, institución o cultura. Mediante el uso de la lengua podemos desempeñar roles, afirmar o negar, estar de acuerdo, adquirir conocimientos, etc.
- *Las categorías de los miembros:* Dentro de este punto, se tiene que respetar cómo los integrantes o miembros de un grupo interpretan, orientan y categorizar los atributos o propiedades del mundo social, sus conductas y el discurso mismo.
- *La secuencialidad:* Se refiere al hecho de que el discurso se realiza en un sentido lineal o secuencial tanto en su producción como en su comprensión. Esto es válido en lo oral y en lo escrito e implica que las oraciones, proposiciones y actos se deban enunciar e interpretar de acuerdo a la información precedente que es lo que ocurre en la “coherencia”, es decir, que los últimos elementos se relacionen con los anteriores para dar una interpretación o corregir la información o contenido.

- *La constructividad*: Los discursos también son constructivos en el sentido que las unidades constitutivas se puedan usar, comprender, y analizar funcionalmente como partes de un todo, creando estructuras jerárquicas en la forma, significado e interacción.
- *Significado y función*: El investigador debe de formular preguntas como “¿Qué significa esto?”, “¿Cuál es el sentido de este contexto?”, “¿Por qué se dice aquí?”, etc.
- *Las reglas*: Todo discurso, ya sea oral o escrito debe estar regido por reglas gramaticales, textuales, comunicativas o interaccionales compartidas socialmente.
- *Cognición Social*: Se trata de los procesos mentales y representaciones del mundo que expresamos en lo oral o escrito. Los recuerdos o experiencias personales, los conocimientos, las actitudes, la ideología y las normas también juegan un papel fundamental. La cognición es la *interfase* entre el discurso y la sociedad.

4.3 ANÁLISIS DE LAS REPRESENTACIONES

4.3.1 Teoría

La teoría de las representaciones sociales tiene su origen en la Psicología Social francesa, y en particular en el trabajo de Serge Moscovici, quien estaba interesado en la difusión de las ideas

psicoanalíticas en la sociedad francesa de los 50. Muchos de los estudios sociales encajan en lo que se le conoce como “sociología de la ciencia” o “sociología del conocimiento científico” (Potter; 1998: 33).

En el texto de *Image and Representation* (1998) Richard Dyer comenta que “la representación consiste especialmente en las costumbres, las cuales son usadas por el lenguaje para representar al mundo de la audiencia por medio del lenguaje de los medios”

“La teoría de las representaciones sociales es, esencialmente, una teoría del conocimiento social, en la que el conocimiento se define de una forma amplia ...de sistemas de creencias”
(<http://antalya.uab.es>).

De igual manera, la página <http://antalya.uab.es> expone que, la teoría de las representaciones sociales tiene su centro de atención en la circulación de significados y comprensiones en las sociedades modernas caracterizadas por la diversidad y por la expansión de los medios de comunicación de masas y los canales de los mismos.

La teoría de representaciones intenta integrar los campos de análisis individual e interpersonal en niveles socioculturales de comprensión. La representación también es una parte esencial del proceso en el cual el significado es producido entre los mismo miembros de una cultura determinada pues, tiene que ver directamente con el uso del lenguaje, de los signos⁶ y las imágenes.

⁶ El signo es cualquier cosa que por sí misma representa otra cosa. Es una unidad mínima del significado.

Así mismo, la teoría de representaciones pretende ofrecer una comprensión social de las creencias de las personas en la perspectiva del construccionismo social, ya que esta teoría considera que las creencias de las personas están completamente determinadas por factores históricos, sociales y culturales.

Las representaciones se generan y se transforman en las actividades de la vida social como por ejemplo, las conversaciones, las noticias televisivas, etc.

“ Los medios de comunicación de masas juegan un papel crucial en la circulación de ideas en el desarrollo de nuevas representaciones sociales” (<http://antalya.uab.es>).

Los medios de comunicación reflejan y producen representaciones sociales, pues existe una interacción entre las ideas que nos presentan los medios y la manera en que se asimila, rechaza, traduce o negocia la información por la audiencia.

Las imágenes e ideas que encontramos diariamente en los medios de comunicación de masas reflejan y construyen aspectos de nuestras identidades personales, nuestras vidas sociales, elecciones y aspiraciones.

Según Stuart Hall, citado por Carlos Cruz, menciona que “existen sistemas de representaciones, en los cuales todos los objetos y personas están correlacionados en una serie de conceptos sociales los cuales llevamos dentro de nuestras mentes” (Cruz; 2002:

57). Así, gracias a estos conceptos mentales podemos interpretar y darle significado a lo que nos rodea.

Por lo general, las representaciones generan acción, ya que como nos dice Potter, J., en su libro *La representación de la realidad: discurso, retórica y construcción social* (Potter;1998:253) mediante la categorización realizada en una representación, “se formula una entidad, una acción o un suceso como poseedor de unas cualidades particulares”. Es decir, cuando nosotros representamos algo o a alguien, categorizamos y esa categorización es la que marca la diferencia en la forma de interpretar y de tomar esa representación.

4.3.2 TÉCNICA.

Los estudios que se han realizado sobre el análisis de las representación han sido varios, como es el caso específico de:

- a) Estudio de sobre el SIDA, en donde los medios de comunicación de masas formaron un papel importante en el desarrollo del conocimiento y creencias sobre lo que era esta enfermedad y las vías de transmisión.
- b) Representaciones sociales de la masculinidad. En 1992, Barthel estudió las imágenes que aparecen en las revistas, la televisión y la publicidad norteamericana. Por citar algunos ejemplos de su estudio tenemos la siguiente clasificación de la masculinidad en estos medios de comunicación: el hombre de empresa, el hombre natural, el caballero, el hombre sexual, etc. (<http://antalya.uab.es>).

- c) Representaciones de la feminidad en las revistas para mujeres. Este estudio fue realizado por Marjorie Ferguson, quien se interesó en cómo ha ido cambiando las representaciones de la feminidad en Inglaterra en la post guerra; para ejecutar esta investigación usó tres revistas semanales y utilizó un análisis cuantitativo en el cual encontró que la primera instancia para la mujer dentro de las revistas es el amor, el matrimonio y la familia. En segundo lugar pudo observar a la mujer como persona responsable. Y finalmente se encuentra la mujer perfeccionista, en donde se busca la hermosura física o la excelencia en los guisados, etc.
- d) Significados paradójicos y mensajes que coexisten en las representaciones de género. En este análisis, los hombres y mujeres no sólo se enfrentan con un rango de formas de hacer masculinidad y feminidad, sino también tienen que enfrentarse con las contradicciones inherentes en un complejo abanico de representaciones de los medios de comunicación. Un prototipo de los antes mencionado se puede observar en la coexistencia en las revistas para mujeres de productos de belleza y adelgazamiento con anuncios de comidas engordadoras.

4.3.3 MÉTODO.

Aquí es importante mencionar que no existe una fórmula –por así decirlo- que nos diga los pasos que se deben de ir haciendo al momento de realizar el trabajo de análisis. Sin embargo, el análisis de representaciones se puede llevar a cabo de la siguiente manera, ya

que por medio de diversos artículos, estudios y clases impartidas podemos llegar a estas conclusiones:

- Seleccionar imágenes de revistas, publicidad, cine, programas televisivos, etc.
- Tener una muestra conveniencia (en base a qué me conviene escoger la muestra).
- Revisión de material informativo previo al estudio (En base a el marco teórico y referencial).
- Describir el contexto en el que se realiza nuestro estudio. (situación histórica).
- A través del contenido de nuestro material se puede crea categorías.

4.4 ELECCIÓN DEL MÉTODO DE ANÁLISIS.

Hemos dado un breve repaso de las diferentes metodologías que se utilizan en las ciencias sociales para estudiar asuntos culturales: el análisis de contenido, el análisis del discurso y el análisis o teoría de las representaciones. Gracias a esta revisión, podemos seleccionar un solo método que nos facilite y que se enfoque más en el estudio que se pretende hacer dentro de esta tesis.

El método seleccionado es Análisis o teoría de las Representaciones Sociales. Esta teoría se dedica a estudiar principalmente a los medios de comunicación de masas. El análisis de representaciones sociales es una forma en la cual se puede estudiar a los medios de comunicación y las representaciones con las personas y los grupos, puesto que

los significados se pueden encontrar en diversas formas, como es a través de la acción de las personas, el lenguaje, las prácticas sociales y las imágenes visuales.