CAPITULO II

REPRESENTACIÓN: CONSTRUYENDO SIGNIFICADOS

En una sociedad con contextos históricos, sociales y culturales, las personas perciben la realidad con base en sus experiencias de vida, lo cual incluye un conjunto de ideas, conceptos, cosas y situaciones que forman la cosmovisión de lo que se considera verdadero y real. Este conjunto de ideas forma un cuadro ideológico en el cual se llevan a cabo *representaciones* sobre la "realidad", éstas, van de comportamientos humanos a organizaciones políticas, identidades, géneros y situaciones sociales. El proceso de *representación*, es entonces el punto de análisis de este capítulo. En la teoría culturalista, la representación es la forma humana de producir significado a través del lenguaje, se *representa* para *significar* aquello que nos rodea, y no sólo eso, la representación actúa dentro de determinados cuadros ideológicos dónde contribuye a *construir* los significados que se establecen en los contextos sociales y culturales. El significado no es por sí mismo, se *construye*.

Para entender esto, es necesario conocer los términos "ideología" y "hegemonía", como la base teórica en la discusión sobre la cultura mediática. Con este propósito el apartado "El globo de las ideas" de este capítulo se presentan estos términos desde la perspectiva de Karl Marx, Antonio Gramsci y Louis Althusser, quienes abordan el tema de la ideología desde el enfoque político y cultural en sociedades estructuralmente jerarquizadas. En este análisis la ideología se entiende como el pensamiento consciente de la práctica material humana, que tiene repercusiones sociales cuando es utilizada a conveniencia como un método de control del comportamiento social, estableciendo códigos, valores y principios que se convierten en el denominador común del "modo de vida" socialmente aceptado y puesto en práctica. Sin embargo, Antonio Gramsci explica que la ideología no puede operar por sí sola, debe pasar por un proceso de mediación en

el que será negociada y asimilada por el individuo hasta que este la convierte en parte de su cultura, y cuando esto sucede es lo que Gramsci llama hegemonía. Es en la hegemonía dónde se llevan a cabo las representaciones de la realidad. Para explicar ese proceso, en el apartado "Debate sobre la ideología" se hará una revisión de las propuestas teóricas de John Thompson y Stuart Hall respecto al debate sobre la ideología y sus implicaciones en la cosmovisión del individuo, así como los procesos de significación y representación humanos. En le apartado llamado "De repreentaciones y significados: construyendo la realidad" Hall dice que la representación es la construcción de significado a través del lenguaje, por lo que hace una revisión del lenguaje y sus implicaciones sociales. Sobre ésta lectura, se hablará del punto en que las representaciones de la realidad son validadas como "verdaderas" y se les legitiman como *conocimiento,* estableciendo el "deber ser social". Este proceso es lo que Michael Foucault llama discurso: la producción del conocimiento a través del lenguaje. Los discursos incluyen y excluyen significados e ideas con los que se conduce el actuar individual y social.

Por último, se llega al apartado "Cultura mediática" donde se hablará de la importancia de los medios masivos de comunicación como constantes productores de representaciones. Se abordará cuáles son los efectos que las representaciones de la realidad tienen en la audiencia, y en la cultura de una sociedad. Las representaciones son producidas y recibidas dentro de un marco cultural determinado, con sus discursos e ideologías, y es con base en este cuadro ideológico-cultural-contextual, que las personas mediarán y negociarán la asimilación de dichas representaciones en su concepción y cosmovisión del mundo.

1. EL GLOBO DE LAS IDEAS

Marx y la falsa conciencia.

La teoría crítica de la comunicación, con base en la cual se desarrolla la teoría culturalista y el análisis de la cultura mediática, revisan la teoría marxista sobre el hombre y su relación con la naturaleza, sus prácticas materiales y su carácter social. Karl Marx, decía en su objeción a la concepción vieja del materialismo, que la realidad no podía ser concebida como una práctica, ya que para el materialismo histórico toda la vida social es esencialmente práctica. “La realidad social no puede ser tomada de una vez por todas, pero es el producto del incesante labor de consenso y creación. La realidad social está en el permanente proceso de ser producida, reproducida y transformada por la actividad de los hombres” (Larrain, 1991: 19-20) Este concepto marxista de “práctica” es donde el hombre se relaciona con la naturaleza y la “domina” como el primer paso de su relación con la realidad. Explicado por Jorge Larrain, el proceso es el siguiente: Los hombres deben satisfacer sus necesidades materiales, por lo que el primer paso a la “práctica” materialista es conseguir los medios para satisfaces dichas necesidades; segundo, al satisfacer la primera necesidad se llega a otras necesidades, así se llevan a cabo nuevas formas de “práctica” para satisfacer dichas necesidades; tercero, durante estos procesos se llevan a cabo relaciones sociales con otros individuos. (Larrain, 1991: 20) Es así como se relaciona la “práctica” material con la actividad social; los hombres no se encuentran solos en el proceso de producción y práctica material, esta “práctica” es también una práctica social.

Ahora bien, los hombres y mujeres que “practican” sus actividades sociales y productivas se encuentran insertos en un contexto histórico y socialmente estructurado, con clases sociales, poderes y gobiernos según el sistema político que obedezcan. Los hombres y mujeres trabajan en instituciones con actividades que les son definidas a realizar, mas no tienen poder total sobre las decisiones laborales de su trabajo o de su estatus social y pertenencia de clase, significando que, “aunque las condiciones materiales y las instituciones sociales han sido producidas en la

práctica humana, han adquirido independencia por encima de los individuos, constituyendo un "poder objetivo" que domina a hombres y mujeres" (Larrain, 1991: 20)

Esta *dominación* se da en el marco de la estructura social, político y económico que establece los lineamientos de un *modo de vida* social. Cómo lo definiría Stuart Hall en su análisis sobre la ideología, los individuos viven su realidad dentro de estas prácticas sociales, con lo que producen y cómo lo producen.

> "Las formas materiales y sociales de la producción, el modo en que el trabajo es organizado y combinado con las herramientas para producir, el nivel de desarrollo técnico, las instituciones por las que circulan las mercancías y se realiza el valor, los tipos de asociación civil, de vida familiar y del estado, a todo ellos apropiado constituyen un conjunto de relaciones y estructuras que muestran una configuración identificable, un esquema, un <<modo de vivir>> para los individuos y grupos sociales." (Hall, 1981: 359, 360)

Este *modo de vida* en que hombres y mujeres "practican" su realidad, es establecido por dicho contexto y estructura social dónde se forman relaciones de poder y jerarquía. El *modo de vida*, está inmerso en un cuadro de *dominación.* Marx explica esto en su análisis sobre el Estado Capitalista (EC) dónde expone un sistema basado en la utilidad económica de las relaciones de producción y de explotación. Las sociedades del EC se estructuran en dos niveles o instancias: la *infraestructura* o base económica (fuerzas productivas y relaciones de producción) y la *superestructura* que incluye al Estado, el derecho y las instituciones. La *superestructura*, rige el sistema político y económico, por lo que debe mantener una "estabilidad social" que le permita a la burguesía: 1) seguir ejerciendo el poder sobre las fuerzas y relaciones de producción de la sociedad; 2) continuar con la explotación de la *infraestructura* y por último, lograr su finalidad, que es quedarse con la utilidad económica, que le garantiza poder. (Althusser, 1970: 4,5 en: www.nombrefalso.com.ar/apuntes.php)

Según Althusser, la superestructura logrará mantener esta estabilidad social mediante la *dominación* económica, política e *ideológica* de la sociedad. Aunque Marx no brinda en sus escritos una definición concreta del término ideología como tal, sí habla de las ideas. Entonces Larrain hace un resumen de la importancia de las ideas para Marx de la siguiente forma: a) El materialismo histórico explica la formación de ideas desde la producción de la práctica material. b) Las ideas de la clase dominante son en cada época las ideas dominantes. c) La conciencia entonces debe ser explicada desde las contradicciones de la vida material, estas contradicciones se dan en la contraposición de intereses entre las clases sociales, lo cual deviene en una contraposición (contradicción) de las producciones materiales en la actividad social. “En otras palabras, es necesario identificar la forma específica en que ciertas ideas asumen el carácter de ideología y se encuentran relacionadas a la práctica, a la clase dominante y a las contradicciones.” (Larrain, 1991:21)

La idea entonces se vuelve parte de la realidad mediante el proceso de la práctica material, las ideas son parte de la *conciencia* humana en el actuar diario, en ese *modo de vida*, que se incluye en las representaciones de la vida. “…la conciencia no puede ser otra cosa que la existencia conciente, y la existencia de los hombres es su actual proceso de vida (…) los hombres, desarrollando su material de producción y su material de ínter curso, alternan, junto con su mundo actual, también su pensamiento y los productos de su pensamiento.” (Althusser, en Larrain, 1991: 22)

Una vez revisados los conceptos anteriores se puede definir ideología como la serie de ideas producidas por el pensamiento humano que nacen de las prácticas sociales y materiales de los hombres, y con base en las cuáles éstos crean y reproducen una conciencia de su realidad. La

ideología emerge cuando “las ideas están relacionadas para cambiar las contradicciones en sentidos específicos” (Larrain, 1991. 42).

Ahora bien, la implicación política e ideológica sobre las aportaciones de Marx, surge cuando la ideología se encuentra con el poder, es decir, cuando entra en el contexto estructural de las sociedades. Marx habla de una estructura social, con relaciones de *dominación* en dónde se busca un control o armonía social por parte de la *superestructura* para mantener el poder económico, político y social, aquí es dónde la ideología se correlaciona con el poder, ya que para lograr ese control, la superestructura establece las ideas convenientes a sus intereses con base en las cuales los individuos se conducirán en sus prácticas sociales y materiales, y dichas prácticas entonces serán realizadas a conveniencia de los intereses de la superestructura. Esta sería entonces la ideología impartida por la clase dominante, (más no la *ideología dominante* ese término será explicado más adelante por Antonio Gramsci), que puede ser contradictoria a los intereses de la clase que es dominada, funcionando como una falsa conciencia. Esa falsa conciencia va a representar una realidad determinada a conveniencia de la burguesía en el poder (político/económico), que será impuesta al resto de la sociedad como “el modo de vida” al que han de adecuar a sus prácticas sociales y materiales. Manteniéndose así el control social de las relaciones de producción. (Althusser, 1970, en: www.nombrefalso.com.ar/apuntes.php)

Marx propone entonces la lucha de clases como la forma para liberarse del sometimiento ideológico-económico y político, y una vez en poder del Estado, se establecerá la ideología de la nueva clase en el poder.

Hegemonía: el idealismo Gramsciano.

Analizando el problema del poder Gramsci formula su tesis según la cual el poder no reside en el Estado como tal, sino en las relaciones de éste con las demás partes del sistema capitalista. Bajo el cuestionamiento de cómo el Estado logra intervenir de manera ideológica al individuo y así lograr el sometimiento social, el italiano advierte que "la homogeneidad de la conciencia propia y la disgregación del enemigo se realiza precisamente en el terreno de la batalla cultural", (Kohan, 2003: *El poder y la hegemonía* en: www.geocities.com/catedragramsci/textos/S_Gramsci_y_marx.htm#_ftn13).

Aquí entra la definición del concepto hegemonía, el cual no es un concepto que opera dentro de un sistema formal cerrado, absolutamente homogéneo y articulado la hegemonía es un proceso de asimilación y negociación de la ideología propuesta por un grupo determinado (que llamaría *clase dominante*) sobre otro (nominado *clase dominada*), el cual no es homogéneo necesariamente, ya que puede ser contradictorio, incompleto y muchas veces difuso. En una explicación breve, la *clase dominante* (aquellos con el poder del estado y otras instituciones políticas, eclesiásticas, empresariales, etc.) va a transmitir sus ideas, valores y principios (su ideología) a la *clase dominada* (la sociedad civil), más no será hasta que la clase dominada asimile dicha ideología como parte de su cultura que ésta se convertirá en hegemonía, el poder hegemónico es aquel en donde se penetra ideológicamente al nivel cultural de la sociedad civil, donde esta toma como propio lo que le es presentado por otros.

> La hegemonía es idéntica a la cultura pero es algo más que la cultura porque además incluye necesariamente una distribución específica de poder, jerarquía y de influencia. Como dirección política y cultural sobre los segmentos sociales "aliados" influidos por ella, la hegemonía también presupone violencia y coerción sobre los enemigos. No sólo es consenso (...) la hegemonía nunca se acepta de forma pasiva, está sujeta a la lucha, a la confrontación, a toda una serie de "tironeos". Por eso quien la ejerce debe todo el tiempo renovarla, recrearla, defenderla y modificarla, intentando neutralizar a su adversario incorporando sus reclamos pero desgajados de toda su peligrosidad.

(Kohan, 2003: *El poder y la hegemonía* en: www.geocities.com/catedragramsci/textos/S_Gramsci_y_marx.htm#_ftn13)

Esta condición de negociación hace que el proceso hegemónico no sea un proceso rígido y exclusivo de un sólo grupo, aquellos en la clase dominada pueden subir a la clase dominante si logran establecer sus ideas mediante un proceso hegemónico. Esta confrontación de la hegemonía, se conoce como las fuerzas contra hegemónicas. De hecho, la hegemonía no es totalitaria, por el contrario, pueden existir muchos grupos hegemónicos dentro de una misma estructura social y todos están interrelacionados entre sí. Se puede decir que la hegemonía de un grupo social equivale a la ideología que ese grupo logró generalizar dentro de sí, y lo hizo parte de su cultura. (Kohan, 2003: *El poder y la hegemonía* en: www.geocities.com/catedragramsci/textos/S_Gramsci_y_marx.htm#_ftn13)

Esta renovación de la lectura sobre la teoría marxista que realiza Gramsci, brinda al escenario teórico, político y social, una visión más aproximada al funcionamiento de las ideologías en el plano de la práctica social. Gramsci aterriza el abstracto ortodoxo marxista en una explicación más viable de los procesos de aculturación en los sistemas políticos y sociales, poniendo en el mapa a estas fuerzas contra hegemónicas, dónde no existe únicamente un tipo de ideología, existen varios tipos de ideologías que conviven entremezcladas, y los diferentes grupos de una sociedad pueden acatar uno, otro o varios preceptos hegemónicos. Es así como la hegemonía puede ser particular de un grupo determinado con intereses propios, y al mismo tiempo este grupo puede responder a la hegemonía de otro grupo con otros intereses. (Kohan, 2003: *El poder y la hegemonía* en www.geocities.com/catedragramsci/textos/S_Gramsci_y_marx.htm#_ftn13)

Louis Althusser y la apelación a la ideología.

En el análisis de los conceptos marxistas, Louis Althusser define el termino ideología de la siguiente manera “La ideología es una *representación* de la relación imaginaria de los individuos con sus condiciones reales de existencia.” (Althusser, 1970: 18 en: www.nombrefalso.com.ar/apuntes.php)

Dicha definición plantea que no son las “condiciones reales de existencia” por sí solas (el mundo material) lo que los hombres conciben de su realidad, sino la relación que se ha creado entre éste con el mundo material y con los otros hombres. La ideología es la forma en como son concebidas estas relaciones; la forma de dicha concepción se crea y puede deformarse en la conciencia, de ahí su cualidad *imaginaria*. “En la ideología no esta representado entonces el sistema de relaciones reales que gobiernan la existencia de los individuos, sino la relación imaginaria (representación) de esos individuos con las relaciones reales en que viven.” (Althusser, 1970: 19 en: www.nombrefalso.com.ar/apuntes.php)

¿De dónde nace ésta representación? Althusser responde esta pregunta estableciendo una existencia material de la ideología. El planteamiento es el siguiente: Una persona vive en un mundo material y decide, libremente, participar de las actividades y prácticas que se realizan en ese mundo (sociedad, sistema, cultura, etc.) al que pertenece; esas prácticas existen dentro de una ideología, por lo que al elegir participar en algún “sistema” o “aparato” establecido, el individuo comienza a actuar bajo dicha ideología y así es como se relaciona con el mundo y con los otros hombres. Cuando el individuo es partícipe de una práctica (religiosa, política o social) sigue ciertos comportamientos establecidos por la ideología que es propia a la práctica que realiza, y así es como funciona dentro de un esquema “materializado” de dicha ideología. (Althusser, 1970: 19 en: www.nombrefalso.com.ar/apuntes.php) Este esquema materializado es lo que se conoce como cultura: las ideologías se mueven dentro de un marco (hegemónico)

cultural al cual el individuo pertenece. “El individuo en cuestión se conduce de tal o cual manera, adopta tal o cual comportamiento práctico, y además, participa de ciertas prácticas reguladas, que son las del aparato ideológico del cual *dependen* las ideas que él ha elegido libremente, con toda consciencia en su calidad de sujeto.” (Althusser, 1970: 20 en: www.nombrefalso.com.ar/apuntes.php)

Es a partir de que el individuo toma una ideología como propia, que comienza a representar sus relaciones reales de existencia en base a esta creencia, a esta ideología de la que es ahora participe.

> Comprobamos en todo este esquema que la representación ideológica de la ideología esta obligada a reconocer que todo *sujeto* dotado de, una *consciencia* y que cree en las *ideas* que su *consciencia* le inspira y acepta libremente, debe *actuar según sus ideas*, debe por lo tanto traducir en los actos de su práctica material sus propias ideas de sujeto libre. Si no lo hace, eso *no está bien*. (Althusser, 1970: 20 en: www.nombrefalso.com.ar/apuntes.php)

Althusser propone términos como sujeto, consciencia, creencia y actos. Todo con la intención de extraer la siguiente secuencia: *la noción del sujeto*. Cuando el individuo cuestiona sus ideas actuales, se ve sujeto a la posibilidad de creer en otras ideas, se podría decir que el individuo es alertado por la existencia de una ideología, a la cual podría apelar. Si el individuo apela y decide adoptar estas nuevas ideas, se sujeta, es decir, se vuelve sujeto de estas ideas, por lo que deja de existir como individuo para adoptarse como sujeto, se sujeta a la nueva ideología que ha adoptado. Así el individuo, ahora *interpelado* por la ideología, sufre una transformación, y por consiguiente las representaciones que de ahora en adelante se haga del mundo real, estarán sujetas a la ideología en la que ha decidido creer. Aquí yace el instante de la *transformación* de las condiciones reales de existencia: cuando se interpela una idea imaginaria (representación) de las relaciones entre los hombres y su mundo real. El proceso de transformación inicia cuando el

hombre pasa de individuo a sujeto al momento de reaccionar ante la interpelación que le ha sido expuesta, y en la que decide creer libremente. (Althusser, 1970 en: www.nombrefalso.com.ar/apuntes.php) Los individuos nacen dentro de marcos culturales establecidos con características ya determinadas; por esto se dice que la ideología ha siempre-ya interpelado a los individuos como sujetos. Todos los individuos hemos sido ya interpelados por alguna ideología incluso antes de nacer, ya que inevitablemente pertenecemos a algún contexto cultural-temporal con características determinadas que nos predisponen a ser interpelados por la ideología. (Althusser, 1970: 24 en: www.nombrefalso.com.ar/apuntes.php)

Es en el contexto cultural donde despierta la discusión sobre la intervención de la ideología en las representaciones que los individuos hacen de su realidad, siendo este el punto de mayor interés en el estudio crítico de la comunicación, se revisará a continuación un término imprescindible en el análisis de las representaciones: la cultura.

2. ¿QUÉ ES CULTURA?

Concepciones culturales

La cultura, como fue planteado por Gramsci, es el medio por el cual la ideología logra su condición hegemónica, luego entonces ¿Qué es la cultura? Para introducir las respuestas, el teórico de la comunicación John Thompson dice que “En su sentido más amplio, la reflexión sobre los fenómenos culturales se puede interpretar como el estudio del mundo sociohistórico en tanto campo significativo. Se puede interpretar como el estudio de las maneras en que individuos situados en el mundo sociohistórico, producen, construyen y reciben expresiones significativas de diversos tipos.” (Thompson, 1998: 183) Thompson, hace una redefinición del termino cultura a partir de una revisión de tres concepciones anteriores: la concepción *clásica*, la concepción

descriptiva y la concepción *simbólica* después de esta revisión, Thompson define una nueva concepción de la cultura: la concepción *estructural*.

La concepción *clásica* determina que la cultura es "el proceso de desarrollar y ennoblecer las facultades humanas, proceso que se facilita por la asimilación de las obras eruditas y artísticas relacionadas como el carácter progresista de la época moderna." (Thompson, 1998: 189). Aquí la cultura se excluye del carácter social y contextual del que es preciso analizarla, por lo que se llega a una redefinición desde el punto de vista antropológico, con dos concepciones de *cultura*, una es la *descriptiva*, y la otra es la *simbólica.* Ambas conceptualizan el significado de la cultura, considerando la importancia del hombre como ser social; la *descriptiva* dice que la cultura es "el conjunto interrelacionado de creencias, costumbres, valores, leyes, formas de conocimiento y arte etc., así como artefactos, objetos e instrumentos materiales que adquieren los individuos como miembros de una sociedad particular" (Thompson, 1998: 193). Esta concepción incluye el carácter social de la cultura, desde la perspectiva del ser humano con sus evidencias históricas y sociales de existencia, insertando la concepción de cultura, dentro de un marco evolutivo, y tomando en cuenta la importancia del hombre en el tiempo y espacio. Completando esta visión, la concepción *simbólica* de la cultura, asimila la importancia de las *expresiones simbólicas* y significativas de los seres humanos. Estas expresiones no solo involucran al lenguaje sino también las señas, gestos, expresiones artísticas, música, pintura, etc., que el hombre ha utilizado para comunicarse. Estas formas de expresión, son llamadas *simbólicas* y son mediante las cuales los sujetos dan significado a las cosas. (Thompson, 1998: 197) La concepción *simbólica* de la cultura se convierte en una ciencia interpretativa del significado producido y recibido, utilizando la *interpretación* como método de análisis. El objetivo de éste análisis es dar sentido a las formas simbólicas y los significados que éstas producen en las diferentes culturas.

El patrón de significados incorporados a las formas simbólicas es particular en cada cultura, y esto se debe a los contextos históricos y sociales que han tenido un proceso diferente en cada sociedad y que por consecuencia, moldean de forma singular los patrones mediante los que se significa la cultura. Este proceso conduce inevitablemente a la forma en que las sociedades se han *estructurado*.

Desde la perspectiva del análisis ideológico y cultural de Thompson, los fenómenos culturales y sus representaciones de la realidad, están insertos en relaciones de poder y de conflicto: en jerarquías y distintos niveles de poder dentro de la estructura social. La pertenencia a estos distintos niveles de poder proporcionan recursos mediante los cuales se producen y representan significados que son difundidos, recibidos e interpretados por otros individuos con sus propias condiciones socio-históricas. Continuando con éste proceso, Thompson presenta un replanteamiento del concepto *cultura*, y propone una concepción *estructural* de la cultura, donde define su análisis como "El estudio de las formas simbólicas –es decir, las acciones objetos, y las expresiones significativas de diversos tipos- en relación con los contextos y procesos históricamente específicos y estructurados socialmente en los cuales, y por medio de los cuales, se producen, transmiten y reciben tales formas simbólicas." (Thompson, 1998: 203)

Thompson y las formas simbólicas

Al hablar de la concepción *estructural* Thompson establece una distinción entre los *rasgos estructurales internos de las formas simbólicas* y los *contextos y procesos estructurados socialmente* en los que éstas se encuentran insertas. Thompson divide la importancia de la estructura interna de las formas simbólicas en cinco características principales: *intencional, convencional, estructural* y *referencial* que se avocan a las cuestiones del sentido o significado

mismo de la forma simbólica; y por último el aspecto *contextual*, donde se crea la relación entre la forma simbólica y su contexto sociohistórico.

El aspecto *intencional* dice que las formas simbólicas pueden o no producirse y/o ser recibidas de modo intencional, sin embargo, una vez expuestas en un contexto sociohistórico adquieren un significado o sentido más elaborado del significado inicial con el que fueron producidas o recibidas. Aquí entra su carácter *convencional* (o *consensual*) donde los sujetos que tienen "conocimiento" del *consenso*[1], pueden interpretar las formas simbólicas a las que son expuestos clasificándolas como buenas, malas, bonitas, feas, apetecibles, despreciables, etc. (Thompson, 1998) La tercera característica es su aspecto *estructural*, con esto Thompson se refiere a que "las formas simbólicas son construcciones que presentan una estructura articulada" (Thompson, 1998); dichas formas se componen de elementos que guardan determinadas relaciones entre sí. (Thompson, 1998) La importancia de entender la existencia de las estructuras reside en que el significado transmitido por las formas simbólicas se *construye* a partir de estas características estructurales y de sus elementos simbólicos. Es en el *significado construido* de las formas simbólicas que se llega al aspecto *referencial*, el cual se resume en lo siguiente: el propósito de las formas simbólicas, con sus estructuras, convenciones e intención, es el de *representar* algo, decir algo *respecto* de algo. Las formas simbólicas son construcciones que *representan* o se *refieren* a algo situado dentro de un *contexto*, siendo éste la última característica interna de las formas simbólicas: "las formas simbólicas se insertan siempre en contextos y procesos sociohistóricos específicos en los cuales, y por medio de los cuales, se producen y reciben." (Thompson, 1998: 216) El como son producidas, percibidas y valoradas, diferentes tipos de formas simbólicas depende de las instituciones que las producen o transmiten, del espacio y del tiempo, en el cual existen y son codificadas y decodificadas.

[1] Se entiende como *consenso social* al acuerdo común sobre una determinada serie de códigos y reglas de carácter implícito que son del conocimiento de los miembros de una sociedad.

El sujeto en sí mismo es una forma simbólica llena de codificaciones, significados y mensajes que lo han convertido en una representación de si mismo, es por esto que el significado que produzca, reproduzca y reciba, debe estar inserto en su contexto social, cultural y humano, para que así, éste pueda significarlo para sí mismo.

3. DEBATE SOBRE LA IDEOLOGÍA

De Ideología y cultura

Tal como ha sido planteado, las estructuras sociales funcionan con base en relaciones de poder. Para Marx estas relaciones operan mediante la dominación y subordinación tajantes y contradictorias. Gramsci por otro lado, habla de la existencia de estas relaciones de poder en forma menos ortodoxa, en las cuales se necesita establecer una negociación y *culturización* de la ideología para mantener el orden social. Thompson, dice entonces que la ideología opera a través de estas estructuras sociales, en las que los individuos se sitúan en ciertos espacios sociales con determinadas trayectorias, y se ven determinados por el uso de diferentes recursos o capitales: *capital simbólico* (reputación y/o prestigio personal, social, etc.), *capital económico* (dinero) y *capital cultural* (conocimientos y habilidades de diversos tipos). En cualquier campo de interacción, los individuos aprovechan este tipo de recursos para lograr sus fines dentro de una estructura social con *relaciones asimétricas* de poder. En el análisis que Hall hace de la teoría marxista, resalta que para Marx, el término cultura es analizado desde una perspectiva dinámica y en relación al materialismo y la producción. “Aquí, la cultura es el crecimiento acumulado del poder del hombre sobre la naturaleza, materializado en los instrumentos y prácticas de trabajo, y en medio de los signos, el pensamiento, el conocimiento y el lenguaje, a través del cual pasa de una generación a otra como la *segunda naturaleza* del hombre.” (Hall, 1981: 361)

Para Hall, la importancia de la ideología se ve directamente relacionada con los procesos de significación mediante los cuales los sujetos se representan a si mismos y a los demás en una realidad social. Sin embargo, Hall resalta que los hombres no son los autores colectivos de sus acciones, ya que no pueden realizar de manera inmediata todas sus metas, es por esto que los hombres deben de *tomar conciencia* de su posición dentro de estas relaciones de poder, sometimiento y dominación "De ahí la *determinancia* fundamental de lo que Marx llamaba "las superestructuras", el hecho de que las practicas de estos dominios sean condiciones en otro lugar y sólo se experimenten y realicen en la ideología" (Hall 1981: 363). Es de manera ideológica que se establece el dominio y jerarquía en los que se desenvuelven cada uno de los miembros de una sociedad. "(…) las ideas dominantes no son sino la expresión ideal de las relaciones materiales dominantes… dadas como ideas; (…) dominan también como pensadores, como productores de ideas, y regulan la producción y distribución de las ideas de su época…" (Marx, 1965, en Hall, 1981: 363)

Ahora bien, para Hall, esta ideología dominante, más allá de operar mediante el uso de herramientas y aparatos ideológicos como lo propusiera Althusser, es elaborada principalmente en la práctica del significado dado a través del lenguaje y en la conciencia. Es a través del lenguaje que la sociedad produce y aprende las representaciones que determinan su realidad. Es en la importancia del lenguaje que los seres humanos significan cada una de las partes de sus vidas, y así capturan en la conciencia el modo en que deben actuar y desenvolverse en una sociedad. "*Dar sentido* de éste modo es (…) localizarse uno mismo, a la experiencia y condiciones propias, en los *discursos ideológicos* ya objetivados, las series de *experiencias*, hechas y preconstruidas, mostradas y ordenadas a través del lenguaje que dan carne a nuestra esfera ideológica" (Hall, 1981: 364)

En este punto se pueden situar las conclusiones de Althousser y Foucault quienes hablan del hombre *envuelto* dentro de la ideología, donde no hay práctica sino por y bajo una ideología (para Foucault sería discurso) y que la ideología existe por el Sujeto y para los sujetos. En concordancia con Althousser, Hall dice que las ideologías son entonces la esfera de lo *vivido*; la esfera de lo *experimentado* y no del *pensamiento*, que los individuos no *expresan* la relación entre ellos y sus relaciones de existencia, sino el *modo* en que viven la relación entre ellos y sus condiciones de existencia. Esta conexión de la totalidad para Hall está establecida en base a las diferencias que existen entre las distintas áreas de la sociedad, más que en sus similitudes; esto lo explica argumentando que la producción de los diversos tipos de conocimiento social se da con la mediación del pensamiento, la conceptualización y la simbolización (Hall, 1981)

Es esta la importancia social del lenguaje, cuando este sistema de signos organizados entra en el ámbito social de significación es como se crean los discursos y representaciones que encierran los procesos del pensamiento.

> Puesto que toda la vida social, toda faceta de la práctica social, es mediada por el lenguaje (sistema de signos y representaciones, dispuesto por códigos y articulado mediante diversos discursos), éste entra plenamente en la práctica material y social. Su distribución y uso estarán fundamentalmente estructurados por todas las otras relaciones de la formación social que lo emplea (…) La misma serie de relaciones sociales puede ser organizada de modo diferente para tener un significado dentro de sistemas lingüísticos y culturales diferentes. (Hall, 1981: 371)

Es a través de la práctica social del lenguaje que se establecen los discursos ideológicos mediante los que los hombres entienden sus relaciones reales de existencia. Por tanto, el dominio de la ideología coincide con el dominio del lenguaje y de sus signos, ya que la ideología siempre estará presente en este tejido de *significados promovidos*. Para Hall la importancia de

los *significados promovidos* recae en los mecanismos que permiten seleccionar, *incorporar* y por tanto también *excluir* elementos de "toda la gama de la práctica humana".

Retomando estos procesos de *inclusión* y *exclusión* de significados, para el análisis de los discursos ideológicos, podemos entender éstos como un *texto* que puede ser leído en base a los significados promovidos del mismo. Para llevar a cabo este análisis, Saussure hace una organización de los signos en dos partes: paradigma y sintagma. "Para entender esta idea debemos pensar en el paradigma como un *set* de significantes asociados que son miembros de una categoría definida, pero en el cual cada uno de esos significantes son claramente distintos." (Peña, 2000 en: rehue.csociales.uchile.cl/publicaciones/mad/02/paper0602.htm). Entonces, todo aquel significado que es seleccionado, discursado y puesto en práctica es un *sintagma*, los elementos excluidos del discurso (todos los significados restantes) son conocidos como *paradigmas*, que son todo aquel significado no promovido en el texto del discurso. Estos términos serán explicados en mayor profundidad en el capítulo IV, ya que serán una parte muy importante de la metodología para el análisis de esta tesis.

Bajo esta selección paradigmática y sintagmática de los discursos se puede comparar la perspectiva de Thompson, quien más que una relación directa de la ideología con la producción del significado, propone ver el proceso ideológico desde la perspectiva social estructural. Para Thompson, la ideología opera mediante diferentes "técnicas" como lo es la *disimulación*, o persuasión, dónde ciertos rasgos de un mensaje pueden ser enaltecidos (sintagma) u omitidos (paradigma), con el fin de persuadir el significado de las formas simbólicas hacia una recepción determinada que encubra intereses definidos. (Thompson. "La comunicación masiva…" en: http://www.geocities.com/nomfalso)

> El estudio de la ideología, por lo tanto, se apoya en cada una de las fases o procedimientos característicos del análisis cultural, pero utiliza estos procedimientos de una manera particular, con el

> propósito de hacer resaltar las interrelaciones del significado y el poder. Por lo que al nivel del análisis socio-histórico, el interés en la ideología dirige nuestra atención hacia las *relaciones de dominación* que caracterizan el contexto en el que se producen y reciben las construcciones simbólicas. (Thompson. "La comunicación masiva…" en: http://www.geocities.com/nomfalso)

En ese sentido, Thompson recalca la importancia de las estructuras sociales y de las instituciones que funcionan en estas. Son las instituciones sociales que confieren poder a grupos determinados, de una forma asimétrica, en los que se tiene acceso a los diferentes recursos económicos, simbólicos y culturales. Estas asimetrías perduran gracias al *discurso ideológico* que una vez que es percibido por el consenso social como *lo que debe de ser* se *legitima* como verdadero, esta legitimación es lo que Gramsci estableció como el proceso de la hegemonía, cuando la ideología se legitima como parte de la cultura social. La ideología sólo se hace legítima en una sociedad, cuando ésta sociedad la *representa* como *verdadera* en de su contexto cultural. En las sociedades modernas, una de las formas más comunes de representar momentos o situaciones del discurso ideológico es mediante los medios de comunicación, los cuales, por sus propias características tecnológicas (visuales y auditivas) tienen alta credibilidad de la audiencia. "Algunos retratos ideológicos son elevados y amplificados por los medios masivos de comunicación; brindándoles gran legitimidad y distribuyéndolos de manera persuasiva, y comúnmente de forma glamorosa a las grandes audiencias. En el proceso, estas constelaciones seleccionadas de ideas asumen una creciente importancia, reforzando sus significados originales y extendiendo su impacto social." (Lull, 1995: 8)

Los medios de comunicación contribuyen a la construcción de representaciones que alimentan la cosmovisión de la realidad percibida por la sociedad. Cada sociedad construye sus propios significados según sus contextos culturales e históricos, prueba de esto son las diferencias culturales que existen entre personas de diferentes países. Tanto los significados como la cultura

misma en la que éstos están insertos son construidos con base en el lenguaje, es decir con base en las representaciones, representaciones que son producidas de manera constante por todos los actores sociales. He aquí la importancia de los medios de comunicación como productores y transmisores *masivos* de mensajes y codificaciones que inevitablemente incluyen determinadas representaciones de la realidad.

> Es en esta fase que los medios de comunicación modernos de masas llegan a ser lo que son, se amplían y multiplican masivamente, se instalan como los medios y canales principales para la distribución y producción de la cultura y absorben crecientemente en su órbita las esferas de la comunicación pública (…) Cuantitativa y cualitativamente en el capitalismo avanzado del siglo XX los medios de comunicación han establecido un liderazgo decisivo y fundamental en la esfera cultural. Simplemente en términos de recursos económicos, técnicos, sociales y culturales los medios de comunicación de masas se llevan una tajada cualitativamente mayor que los canales culturales supervivientes antiguos y más tradicionales (…) la producción y el consumo del *conocimiento social* en las sociedades de este tipo, depende de la mediación de los medios modernos de comunicación. Estos han colonizado progesivamente la esfera cultural ideológica. (Hall, 1981: 383, 384)

Este proceso de codificación mediática del mensaje, el cual incluye no sólo el mensaje en sí, sino la forma en como se presenta y representa la realidad, les da a los medios un carácter *persuasivo,* en el que se incluyen ciertos significados y se excluyen otros, ocasionando un sesgo de la información transmitida a la audiencia, y muchas veces estableciéndose de acuerdo con un discurso ideológico. Los medios de comunicación suministran las representaciones con base en las cuales se crean imágenes de las vidas y los significados incluidos en el discurso, se seleccionan significados con lo que se crea una representación en piezas separadas de la totalidad social, de la realidad social. Estas representaciones parcializadas, paradigmáticas, de la realidad, es lo que se analiza por los nuevos teóricos de la comunicación como la cultura mediática. Lo que los medios de comunicación producen y representan como lo que es real y

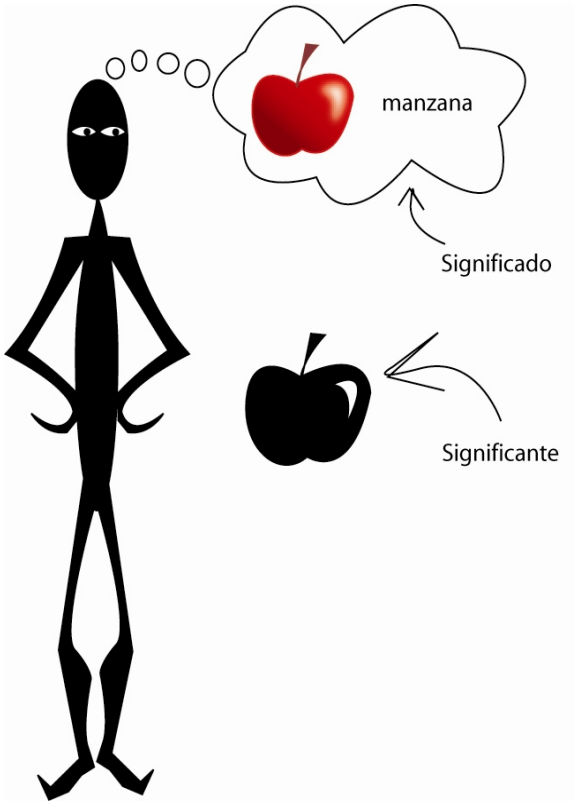
más importante aún, lo que la sociedad asimila, culturaliza y legitima como parte de su cosmovisión de una realidad que se produce y transforma, una realidad que se *construye*.

4. DE REPRESENTACIONES Y SIGNIFICADOS: CONSTRUYENDO LA REALIDAD

El signo y el lenguaje: Hall, Saussure, y la producción del significado.

Para poder entender el concepto de representación, se debe conocer cada una de las partes del significado simbólico del lenguaje, que hacen posible crear una representación. Según Stuart Hall, se define como representación a *la producción del significado conceptual a través del lenguaje*, donde el concepto o conceptos, son las diferentes formas de organizar y clasificar mentalmente las ideas.

Para explicar esto, Hall retoma a Saussure, quien define al signo como el primer componente del proceso de significación. El signo esta compuesto por dos partes, una es lo que define como la *forma* (el aspecto físico) y la otra como el *concepto* con el que la forma es asociada de manera mental, así surge la clasificación del signo en *significado* (*concepto*, representación mental) y *significante* (*forma* física o tangible). Ambos componentes del signo son requeridos para producir significado "pero es la relación que existe entre estos, armada por los códigos lingüísticos y culturales, la que sostiene la representación". (Hall, 1997: 31)



Como Sausure plantea, los signos son miembros de un sistema donde se identifican unos de otros por medio de las diferencias y similitudes que estos mantienen entre sí, es a partir de las diferencias entre signos de un sistema, que el signo cobra un significado. Es comparando entre los objetos, sonidos, imágenes, etc., que es posible conocer y dar significado a las cosas e ideas. A este sistema de diferencias de signos organizados entre sí y capaces de crear significado es lo que Saussure define como el lenguaje. Un lenguaje que existe en todas las culturas, pero que se codifica de manera distinta en cada una de ellas. (Hall, 1997) El lenguaje al ser creado como una necesidad humana de comunicación, fue construido por tanto, el significado que éste crea es también construido.

Esta es la importancia cultural de la significación: las palabras y los conceptos a los que éstas se refieren cambian su significado entre diferentes culturas y también cambian a través del tiempo. "Cada uno de los cambios altera el mapa conceptual de la cultura, llevando a diferentes culturas, a diferentes momentos históricos, y a clasificar y pensar diferente sobre el mundo." (Hall, 1997: 32) Se ha llegado ahora a otro apartado importante, el contexto cultural en el que se encuentra inserta esta producción del significado: todo significado entonces es producido a través de un marco sociohistórico y a través de una cultura.

Aunque la concepción mental de un signo es un proceso individual, la significación del mismo debe ser un proceso de entendimiento social, de no serlo, las personas de una misma cultura no podrían comunicarse. El lenguaje (como sistema de signos organizados) es el medio que les permite a los individuos de una sociedad comunicarse entre sí; sin embargo, en orden de que esto suceda, es preciso que exista un conocimiento entre los miembros de la sociedad sobre el uso de los signos y códigos elaborados por el lenguaje. Esta organización es lo que le da al lenguaje su carácter social. "El lenguaje no puede ser un asunto individual, porque no podemos

inventar las reglas del lenguaje por nosotros mismos y de manera individual" (Hall, 1997: 34) Se necesita del *consenso* entre miembros de una sociedad para entablar los códigos del lenguaje mediante el cual los individuos se comunicarán entre sí, y de esta forma crear las representaciones mediante las cuales basan e *interpretan* la realidad en la que existen. Esto quiere decir que el significado debe de ser *interpretado* para poder ser comprendido. Y estas interpretaciones pueden cambiar en el proceso de codificación y decodificación.

En este punto tanto Hall como Thompson, voltean hacia el estudio de la semiótica, el cual argumenta que: como todo objeto cultural conlleva significado y todas las prácticas culturales dependen del significado, para poder dar *lectura* a lo que se quiere decir es necesario el análisis de los signos o formas simbólicas. Así, ambos autores hacen referencia en sus escritos al crítico Francés Roland Barthes y su ensayo "Myth today" en *Mythologies* (1972) y su análisis semiótico sobre una portada de la revista francesa *Paris Match*. Barthes define en su análisis la importancia de la *connotación* y *denotación*. La *denotación* es el carácter descriptivo del consenso, donde éste es entendido de la misma forma por todos sus miembros. Por otro lado la *connotación* se sitúa en el nivel *interpretativo* del consenso donde a consecuencia de una serie de códigos sociales el *significado* del *significante* entra a otro nivel y puede tomar un *significado* un tanto distinto. La interpretación se convierte entonces en una parte primordial del proceso de significación; los signos que no han sido "inteligiblemente" recibidos e interpretados (ya sea a nivel denotativo o connotativo), carecen de significado. El significado se concibe a través de la interpretación de los signos o formas simbólicas que deben ser entendidas dentro de un consenso socialmente establecido para que los individuos puedan comunicarse en el mismo parámetro interpretativo.

El discurso y las relaciones de poder: Michael Foucault

La argumentación establecida por Foucault respecto del discurso, más que en la producción de significado, se interesa en la producción del *conocimiento* a través del lenguaje. Esto es a lo que él llama *discurso*, a la producción de *conocimiento*, y como éste es asimilado cultural y contextualmente a través de la historia. "(El discurso) define y produce los objetos de conocimiento, y gobierna la forma en la que un tópico puede ser significado, discutido y razonado. También influencia como las ideas son puestas en práctica y regulan la conducta de otros" (Hall, 1997: 44)

Para Foucault el *discurso* está intrínsecamente relacionado con el poder. El conocimiento es igual a poder, y aquel que produce el conocimiento que esta siendo asimilado socialmente es quien controla o posee dicho poder. La relación entre el discurso y el poder recae en las estrategias de las relaciones y fuerzas que sostienen los diferentes tipos de conocimiento. Al momento en que se crea un significado, que se valida socialmente como "verdadero" se convierte en un conocimiento con poder. Cuando los eventos discursivos se refieren al mismo objeto y comparten el mismo estilo o patrón de significado, producen un determinado conocimiento que es puesto en práctica dentro del consenso social. Una vez puesto en práctica este conocimiento cobra tintes de verdad, se legitima, entonces se convierte en un conocimiento con poder, en un discurso. "El conocimiento ligado al poder, no solamente asume la autoridad de *la verdad* pero tiene el poder de *hacerse verdadero* a sí mismo. Todo conocimiento una vez aplicado en el mundo real, tiene efectos reales, y al menos en ese sentido, se convierte en *verdadero*." (Foucault 1997 p.27 en Hall, 1997: 49)

Es así como Foucault explica el proceso de significación de las cosas, a través del discurso, ya que es el discurso/s en el que el individuo/s se encuentra inmerso/s el que significa las cosas, puesto que las cosas no pueden significarse por si mismas. La sociedad consensua dentro del

discurso estableciendo como debe pensarse y actuar respecto de alguna cosa o un tópico en particular. El discurso es en si una forma de *representar* el *conocimiento* sobre un tema en un tiempo sociohistórico determinado. Cuando esta representación del conocimiento es un consenso social mayoritario se le conoce como *discurso dominante,* y es mediante algún tipo de discurso dominante que las sociedades modernas se producen e interpretan el significado, y así por razón del *uso* del discurso los hombres razonan y practican sus ideas y comportamientos en una sociedad. Es aquí donde entra el juicio social, debido a que estas reglas y códigos socialmente aceptados, este *discurso*, es manejado tácitamente por la sociedad, ésta se convierte en juez de las formas simbólicas y representaciones de los demás sujetos sociales y puede corregir los significados de las formas simbólicas para adecuarlas al *discurso*; y no solamente eso, sino que cada uno de los individuos puede corregir o ser corregido en su actuar diario, todo con base en el *discurso* dominante en curso. Ahora bien, todo discurso (como en la hegemonía) puede ser renovado e ir adquiriendo nuevas características que lo vuelvan más flexible o tal vez más obtuso, siempre y cuando éste siga siendo aceptado por la sociedad y que ésta continúe significando su conocimiento a través de las representaciones de la realidad que le son propuestas por este discurso.

Una vez que han sido expuestos los términos de signo, lenguaje y discurso, es entonces más sencillo entender de lo que se ha estado hablando de manera implícita durante todo este capítulo, la representación: la producción del significado a través del lenguaje.

La importancia de la representación

Cuando los signos y códigos establecidos en el lenguaje producen formas de significación para crear una relación conceptual con la realidad se puede decir que se están

produciendo representaciones de esa realidad es decir, de la forma en como se entiende la realidad a través del bagaje histórico, el contexto y la cultura.

Es así como se llevan a cabo representaciones que dentro de un consenso socialmente establecido que remiten a una *realidad* determinada. En esta realidad social en la que los sujetos se interpretan a sí mismos y a los demás es dónde se van a encontrar una serie de representaciones de todo lo que sea posible representar. Todo es una representación. El ser humano necesita representar las cosas, los significados, y los sucesos para poder entenderlos y asimilarlos. Los procesos culturales se encuentran llenos de representaciones sobre los individuos y la cultura misma. Desde festividades como el día de muertos, donde se representa de forma ceremonial el culto a la muerte uniendo perspectivas contextuales e históricas como lo son las influencias católicas y prehispánicas, hasta la representación cambiante en una publicación escrita, sobre lo que es bello y lo que no lo es. Los actores sociales se comunican y conducen entre sí con base en representaciones de lo que la realidad *es* y significa.

Como se mencionó con anterioridad, incluso los sujetos son una representación de sí mismos. Los individuos van a representar en sí en su vestimenta, en su manera de hablar y de interactuar con otros, quienes son o pretenden ser, van a adquirir formas simbólicas y signos que les den o ayuden a formar la representación deseada de su realidad humana. Sin embargo, esta representación que ellos hagan de sí mismos, no garantiza que “realmente” sean así. Esa es la representación que lanzan al mundo exterior, más no son completa y verdaderamente sólo eso que representan.

He aquí la importancia de la representación. El ser humano como actor social está ya tan acostumbrado a llevar a cabo representaciones de su vida, su sociedad, su realidad, que no

cuestionan si lo que se ve representado es verdad o no; simplemente lo creen y lo adoptan, o no. Sin embargo, el acto de representar se ha vuelto tan indispensable para poder coordinarnos como seres sociales dentro de un sistema estructurado que nos encontramos ante la brecha relativa de lo que es real y de lo que no lo es. Es aquí que para poder distinguir estas situaciones se debe llegar al principio del razonamiento cultural; estas representaciones que hacen los sujetos tanto de sí mismos como de su vida exterior son *construcciones* de significado, es por medio de los signos y formas simbólicas que se acomodan en el orden social, contextual y cultural, como se van *construyendo* estas representaciones de la realidad social, las cuales pueden ser sutiles, exageradas, sosas o hilarantes, pero siempre dinámicas y en constante evolución de la mano del cambio social y cultural que se lleva a cabo con el paso del tiempo.

Las representaciones de lo que la realidad significa, son la constante en la cual se asientan los discursos ideológicamente establecidos en una sociedad. Y es en el análisis de estas representaciones que se pueden definir los paradigmas incluidos en el discurso ideológico de lo que *debe y no debe ser* dentro del consenso social y de la *cultura mediática* que se representa de la realidad de diversas sociedades. A continuación se expone entonces un apartado sobre la importancia de la cultura mediática en esta constante construcción de representaciones de la realidad.

5. CULTURA MEDIÁTICA

Existen varias corrientes de análisis sobre los medios de comunicación, para Douglas Kellner, la cultura mediática es una “forma de tecno-cultura, que mezcla cultura y tecnología en una nueva configuración, produciendo nuevos tipos de sociedades en donde los medios masivos de comunicación y la tecnología se convierten en los principales organizadores” (Kellner, 1995:2).

Sin lugar a dudas, el carácter tecnológico de los medios de comunicación es lo que le da su carácter masivo. Una imagen televisada puede alcanzar audiencias alrededor de todo el mundo, así como la radio y las publicaciones impresas.

En la sociedad moderna todo alcance a la comunicación mediática es posible, incluso con herramientas relativamente nuevas como la Internet, la información a la que los individuos en las sociedades pueden acceder es ilimitada. Sin embargo, la importancia sobre el estudio de la cultura mediática no reside en la capacidad y las facilidades que existen en la obtención de la información; la importancia de los estudios culturalistas sobre la cultura mediática reside en el análisis crítico y a nivel cultural de las codificaciones, decodificaciones e impacto que tiene ese bombardeo constante de imágenes, información y representaciones del mundo, tanto en los individuos como en la sociedad y por supuesto en los procesos culturales de ambos. “La cultura, en el sentido más amplio, es una forma de alta participación y actividad, en donde las personas crean sus sociedades y sus identidades. La cultura da forma a los individuos, dibujando y cultivando sus potencialidades y capacidades de discurso, acción y creatividad.” (Kellner, 1995: 2)

Los medios de comunicación exponen y transmiten representaciones determinadas de la sociedad y para la sociedad, y están presentes en cada una de las facetas de la vida moderna. Los medios nos exponen imágenes representando su versión de lo que es bueno, malo, bello, desagradable, sexual, no sexual, de moda o pasado de ésta, etc. Así como representaciones de identidad y pertenencia, por ejemplo, dentro de la cultura mediática podemos encontrar representadas imágenes de mujeres, hombres, homosexuales, niños, abuelos, madres, padres, personajes orientales, personajes occidentales, representaciones de razas como la negra, la caucásica, etc. que es lo que estas personas hacen, como viven, como se desempeñan, que lenguaje usan, si tienen o no tienen dinero, si son o no hermosas, o feas, buenas o malas, etc.

La cultura mediática nos presenta una serie de representaciones encasilladas o exageradas sobre muchos y variados temas; la importancia de esto reside en cómo estas representaciones de la realidad social influyen en el nivel cultural de la vida de las personas. Cuanto de estas representaciones es tomado como el *discurso* a seguir. Cuantas de estas representaciones son aceptadas como verdaderas, como lo que es "real". En pocas palabras, la cultura mediática transforma la cosmovisión de las personas, lo que es importante, incluso, que tan satisfechas se sientan las personas respecto de sí mismos en comparación con estas representaciones de lo que consideran real o verdadero.

Esto es lo que los estudios culturalistas pretenden analizar en la sociedad y los efectos mediáticos que se ciernen sobre ella y quienes la componen.

> Los estudios culturalistas delinean como los artefactos culturales articulan las ideologías sociales, los valores y las representaciones de género, raza y clase, y como éstos fenómenos están relacionados unos con otros. Situar los textos culturales en su contexto social envuelve rastrear las articulaciones a través de las cuales las sociedades producen la cultura, y como la cultura en vuelta forma a la sociedad a través de su influencia en los individuos y en los grupos. (Kellner, 1995: 25)

Para Hall la importancia de las representaciones mediáticas reside en este delineamiento, en la selección de mensajes codificados, como se produce el significado social mediante la inclusión y exclusión de significados al momento de llevar a cabo determinadas representaciones, con determinadas características, presentando una realidad parcial de la sociedad y de la cultura.

> Aquí el conocimiento social que los medios de comunicación ponen en circulación selectivamente se ordena dentro de las grandes clasificaciones evaluativos y normativas, dentro de los significados e interpretaciones promovidos (…) Aquí es trazada y retrazada sin cesar, defendida y negociada, en medio de todas sus contradicciones, y en las condiciones de lucha y contradicción, la línea divisora entre las explicaciones y razones *promovidas* y *excluidas*, entre las conductas permitidas y

> desviadas, entre lo *significativo* y lo *no significativo*, entre las prácticas, significados y valores incorporados. (Hall, 1981: 385)

Los medios de comunicación llevan a cabo una transmisión de los discursos por medio de la codificación de los mensajes, y es en esta codificación donde se seleccionan los códigos (códigos *promovidos*) que al colocarlos dentro de un contexto determinado, cobran un significado que da sentido a la *realidad* ahí expuesta. La selección de estos códigos promovidos va de acuerdo con las explicaciones que aceptaría la mayor parte de la sociedad dentro de su consenso social. “Precisamente porque estos significados han llegado a ser *universalizados y naturalizados*, parecen las únicas formas disponibles de inteligibilidad; han llegado a sedimentarse como los únicos razonamientos universalmente válidos” (Hall, 1981: 387). Para que estos códigos y representaciones lleguen a ser validados como verdaderos, el medio de comunicación debe buscar el consentimiento del público para la lectura promocionada y así llevarlo al marco de referencia hegemónico que le es propio.

Los medios de comunicación interpretan y sintetizan imagenes representativas de las cosas, e influencian importantemente la manera en que la gente da sentido a su realidad. Cuando las personas pueden constatar un discurso por medio de una imagen y de un sonido, cuentan con una mayor cantidad de elementos mediante los cuales consideran creíble la representación llevada a cabo por los medios. “Así como el lenguaje y otros códigos de comunicación son aprendidos y reforzados en los contextos de interacción diaria, la ideología se hace familiar y normal dentro de la rutina social. Estos son los procesos de la mediación social. Las representaciones ideológicas de los medios masivos de comunicación son reconocidas, interpretadas, editadas y utilizadas por los miembros de la audiencia para su construcción de la vida diaria” (Lull, 1995: 18)

Es aquí donde reside el impacto cultural de los medios en su capacidad tecnológica para distribuir los mensajes masificadamente y generar una credibilidad casi inmediata por el simple hecho de contar con elementos tecnológicos como la imagen y el sonido para la codificación de sus mensajes; una vez interpretados y aceptados dichos mensajes por parte del individuo, éste toma estas piezas de representación como verdaderas y las asimila como parte de su conocimiento cultural, construyendo para sí mismo formas mediatizadas de significación en su vida diaria. Los medios de comunicación actúan como diseminadores de formas representativas que serán después interpretadas y procesadas para formar parte de la cultura de las sociedades. "Incluso cuando la audiencia rechaza ideas expresadas en los medios masivos, solamente pueden hacerlos después de ser introducidos, a un cierto nivel, al reconocimiento y contemplación de los motivos dominantes en los patrones ideológicos que se manejan frente a ellos. Por supuesto, este estado de conciencia no esta arreglado, es in permanente y maleable." (Lull, 1995: 21)

Se debe tener muy claro entonces que los medios de comunicación no actúan por arte de magia y que lo que estos digan y manden automáticamente es acatado por el total de la población; no, no funciona así. En una sociedad postmoderna como la actual, se entiende el proceso cultural como un proceso hegemónico, donde hegemonía no significa homogeneidad. De acuerdo con los discursos dominantes dentro de la hegemonía social, las representaciones van a adquirir un significado, más esto no significa que nunca más pueda cambiar la visión de estas representaciones, o que todos los miembros de la sociedad las tomen por ciertas; sin embargo estas representaciones sí tienen un gran impacto social y cultural, sino, no tendrían valía dentro del sistema político-social-cultural en el que son expuestas; y es gracias a esta aceptación y valoración de la representación por parte de la sociedad, que éstas transforman la cosmovisión de la misma respecto de su realidad; mas no la determina, ya que la cultura mediática y la

representaciones que se llevan acabo en la sociedad no son estáticas, son dinámicas y van generando y moldeando nuevos significados que son mediados en el proceso hegemónico social. La realidad conceptual como se conoce, se construye con base en las representaciones que la significan como verdadera, como real. Sin embargo no existe un concepto de "la realidad" que sea universal, este concepto es relativo a las construcciones de significado que se llevan a cabo culturalmente en las diversas sociedades, con elementos particulares mediante los que construyen su propio concepto de lo que es real.

El siguiente capítulo tratará de las representaciones construidas en torno al género femenino en el cine mexicano. Estas representaciones han ido cambiando según la época en la que fueron construidas, y el papel de la mujer en las cintas ha evolucionado según los cambios históricos y culturales. Sin embargo se pueden identificar ciertas representaciones con características definidas que han marcado "modelos" mediante los cuales, las mujeres son percibidas y hasta mitificadas dentro del contexto social mexicano. Desde la época del *cine de Oro* hasta nuestros días, la mujer ha sido representada en papeles como el de madre-esposa abnegada, virgen, prostituta, mujer espectáculo, y en ciertos papeles (generalmente representados por María Félix) como la "devoradora" de hombres. En cada una de estas representaciones, el papel de la mujer se ve subordinado a su función respecto del hombre, dónde es éste quien obtiene el rol activo de la historia y la mujer actúa en función a lo que narren las acciones del papel masculino. La situación planteada lleva al espectador a observar historias que se desenvuelven dentro de un discurso masculino, haciendo que las representaciones femeninas sean abordadas bajo ésta visión masculina de la sociedad, con su respectiva construcción de significados sobre el debido y prohibido actuar de la mujer.