

**El debate electoral cara a cara (1993-2019): nacimiento, desarrollo y retos de un formato de televisión consolidado en España con audiencias millonarias**

**The electoral debate face to face (1993-2019): birth, development and challenges of a consolidated television format in Spain with millionaire audiences**

**O debate eleitoral cara a cara (1993-2019): nascimento, desenvolvimento e desafios de um formato televisivo consolidado na Espanha, com audiências milionárias**

Benjamín Marín Pérez<sup>22</sup>

## Resumen

La llegada de las televisiones privadas en España abrió la puerta a nuevos formatos de programas y a una gran competencia con TVE en la lucha por la audiencia.

Desde los primeros debates cara a cara en la historia de España, en 1993, de candidatos a la presidencia del gobierno, hasta los últimos celebrados a 5 bandas en las elecciones de noviembre de 2019, ha habido una evolución que determina la producción de programas de televisión deseados por las cadenas por las altas audiencias que generan. Varios de estos espacios informativos electorales están en los rankings de los programas más vistos de la historia de la televisión en España.

La investigación analiza cómo nace el debate cara a cara en España y lo compara con el de otros países europeos, americanos e iberoamericanos. Un formato que ha generado audiencias entre los 8'6 y 13 millones de personas.

---

<sup>22</sup> Benjamín Marín Pérez (España). benjamin.marin@uv.es Licenciado en Periodismo por la Universidad Politécnica de Valencia (CEU S.Pablo, 1991) y Doctor en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid (2000). Tiene un Master Executive en Dirección de Empresas y Marketing (EMBA) por ESIC (2015) y Master Universitario en Comunicación Social de la Investigación Científica por la VIU (2018). Es profesor asociado desde 2003 del Departamento de Teoría de los Lenguajes y Ciencias de la Comunicación de la UV. <https://orcid.org/0000-0001-8957-7647>

## Palabras clave

Debates electorales, televisión, audiencias, programas.

## Abstract

The arrival of private televisions in Spain opened the door to new program formats and to a great competition with TVE in the fight for the audience. From the first face-to-face debates in the history of Spain, in 1993, of candidates for the presidency of the government, to the last held at 5 bands in the November 2019 elections, there has been an evolution that determines the production of programs of television desired by the networks for the high audiences they generate. Several of these electoral information spaces are in the rankings of the most watched programs in the history of television in Spain. The research analyzes how the face-to-face debate is born in Spain and compares it with that of other European, American and Latin American countries. A format that has generated audiences between 8'6 and 13 million people.

## Keywords

Electoral debates, TV, audiences, programs.

## Summary

The arrival of private televisions in Spain opened the door to new program formats and to a great competition with TVE in the fight for the audience. From the first face-to-face debates in the history of Spain, in 1993, of candidates for the presidency of the government, to the last held at 5 bands in the November 2019 elections, there has been an evolution that determines the production of programs of television

desired by the networks for the high audiences they generate. Several of these electoral information spaces are in the rankings of the most watched programs in the history of television in Spain. The research analyzes how the face-to-face debate is born in Spain and compares it with that of other European, American and Latin American countries. A format that has generated audiences between 8'6 and 13 million people.

### **Keywords**

Electoral debates, television, audiences, programs

## 1.- Introducción y objetivos

El peso de la televisión en la comunicación política se reparte con las redes sociales, que canalizan buena parte del discurso político, tanto el que elaboran los partidos políticos como el difundido por los ciudadanos (López García, 2016; Campos, Valera y López García, 2015). Para Casero y Marzal (2011a) hoy todavía la televisión tiene una gran relevancia social, especialmente los noticiarios en la conformación de la opinión pública.

El medio televisión ha sido la herramienta central de la comunicación política moderna por delante de la radio y la prensa, en la medida que los espacios informativos de noticias eran el altavoz predominante, a través del cual los partidos emitían sus mensajes a la sociedad, y una parte sustancial de ésta conocía a los candidatos y los temas de debate. Para Blumler (1992) este hecho convertía estos espacios en un baluarte de prestigio de las cadenas, particularmente de las públicas.

Pero también lo fue para las televisiones privadas en los años 90, ya que la aparición de nuevas cadenas supuso un antes y un después en la historia de la televisión en España, donde RTVE había vivido hasta ese momento sin competencia. El 25 de diciembre de 1989 inició Antena 3 su primera emisión, Tele 5 el 3 de marzo de 1990, y Canal Plus el 8 de junio de 1990. La irrupción de estas cadenas en el mercado trajo un halo de aire fresco para la generación de nuevos formatos de televisión y una dura lucha por la audiencia que repercutió en programas de distinto corte que nacieron con el objetivo de hacerse un hueco en la sociedad española.

Para Peris, Llorca-Abad, Sánchez-Castillo y López Rico (2017), de la rivalidad con las cadenas privadas que acabaron con el monopolio de RTVE, quien salió peor parada fue la televisión pública, pues en su intento de resituarse ante el nuevo escenario trató, y hoy aún sigue buscando imitar las programaciones y estrategias narrativas de las privadas, con la consiguiente rebaja de sus principios fundacionales.

Una característica común que tienen los nuevos formatos de programación que trajeron las televisiones privadas a la España de los inicios de los 90 es la espectacularización. Una tendencia que ya se constataba a mediados de los 80 en las televisiones europeas (González Requena, 1992). El factor espectáculo que necesitaban las cadenas de televisión, y que hoy siguen utilizando a través del *infotainment*, es crucial para generar impacto en la sociedad.

La creación de espacios atractivos de política que generasen altas audiencias, se unió a la estrategia de los expertos en comunicación política, quienes desde sus inicios han trabajado hábilmente la emocionalidad frente a la racionalidad (Marín, 2000, p.36). La emocionalidad resta racionalidad, y en política los actores lanzan ideas al estilo de anuncios de televisión, precisamente por su poder emocional irrefutable. Ésa es la mejor forma que tienen para que sus mensajes sean efectivos, ya que las formas publicitarias de presentación de mensajes desdeñan la explicación, sólo invitan al consumo, y la explicación y la argumentación, buscan la razón, justo lo contrario de lo que significa la emoción. Y ahí el formato debate entra de lleno porque se caracteriza por la confrontación ideológica y aparece la polémica y el enfrentamiento entre ambos (Cebrián

Herreros, 1995). Los debates están concebidos como el atractivo más importante de las campañas electorales; concentran niveles de audiencia mucho más elevados que cualquier otro elemento de la campaña, convirtiéndose en programas estrella para las cadenas que lo celebran (Kraus, 1980).

Estados Unidos fue el primer país donde empezó el marketing político aplicado a la televisión. Joe McGinnis, una de las figuras más relevantes del *Nuevo Periodismo Americano*, analizó de forma detallada la campaña de los Estados Unidos en 1968, desde el punto de vista de la imagen de los líderes en televisión. Para McGinnis (1972) la televisión es muy útil para el político indudablemente simpático pero carente de ideas, porque en este medio es su personalidad la que los televidentes anhelan captar, y probablemente hay mayor número de personas que votan por motivos irracionales y emocionales de lo que los políticos profesionales sospechan.

En Europa, la comunicación política tiene una referencia histórica ineludible: François Mitterrand, ex presidente de la República Francesa (1981-1995), quien dominó el arte de la persuasión y utilizó hábilmente la televisión como plataforma para vender su imagen. Para Jacques Séguéla, publicista y asesor de Mitterrand en la campaña de 1981 que lo llevó a la presidencia de la República “La televisión es emoción, luego el mensaje es televisión. Dejamos la era de la opinión pública para entrar en la de la afectividad pública”. (ABC, 9 enero 1996).

Para Maarek (2009), el cambio profundo se produce cuando se da el fomento de la personalización del candidato, del culto al líder, frente a las ideas o partidos. La tradición americana y francesa comentada son solo dos referencias

internacionales del marketing político que demuestran la connivencia interesada entre las estrategias de los partidos políticos y las necesidades de la televisión. Un medio que no puede dejar de mirar las audiencias y éstas son altas sobre todo cuando hay espectáculo: programas de sucesos, del corazón, *talk shows*, deportes, retransmisiones de bodas reales, etc.

Pero no sólo este perfil de espacios son los que contienen espectáculo, los propios telediarios cada vez más se han convertido en programas que ofrecen la espectacularidad de las imágenes en un intento de atraer a más público (Marín, 2000, p. 59). Y en relación con la política, ésta no genera audiencias importantes a no ser que se convierta en espectáculo, en un *reality show*. De ahí que los propios partidos en España, ya a inicios de los 90 adecuaron la hora y la forma de los mítines a las exigencias del medio televisión, para poder salir en directo en los telediarios, pinchando la señal en directo, donde un piloto rojo avisaba al candidato que estaba saliendo en el informativo en ese preciso momento, con el objetivo de que repitiera las ideas fuerza para los telespectadores.

Por todo ello, en España la televisión de los 90 se convirtió cada vez más en espectáculo, mientras en otros países la comunicación política aplicada a la televisión se había empezado a hacer con éxito 30 años antes, como en el caso de Estados Unidos, o 15 años antes, en el caso francés. “El discurso electoral que los políticos presentan en televisión se integra en el universo del espectáculo, se convierte en discurso espectacular. Los candidatos y los partidos se transforman en actores, delante de un público embelesado y que pide más”. (Cayrol, 1979, p. 259).

En España, la fuerza con la que irrumpieron los canales privados provocó la

introducción de programas debates al estilo de las campañas americanas, que les supuso no solo audiencia sino prestigio, mayor conocimiento de la marca, beneficios publicitarios e impacto en los otros medios de comunicación nacionales e internacionales que se hicieron eco de estos espacios. (Berrocal, 2003).

Hoy parece difícil que una contienda electoral no disponga de debates electorales en el *prime time* entre aquellos candidatos que optan a la presidencia del gobierno, pero estos espacios se dieron en España por la confluencia de intereses particulares y muy diferentes. En primer lugar, el empate técnico de las encuestas entre el Partido Socialista Obrero Español (PSOE), y el Partido Popular (PP), la necesidad de incentivar la participación (29,9% de abstención en mayo de 1993), la necesidad de captar voto indeciso, y el convencimiento de que Felipe González ganaría a José María Aznar llevó al PSOE a aceptar los debates que le ofrecieron las televisiones privadas (Marín, 2000, p.109).

En segundo lugar, el PP tomó la decisión de ir a los debates porque necesitaban que su líder adquiriera el *carácter presidencial* necesario para ganar elecciones. Las encuestas en intención de voto a favor del PP, desde noviembre de 1992 hasta el empate técnico al que se había llegado en mayo de 1993, nunca habían ido acompañadas de una mayor valoración de la imagen de José María Aznar sobre González, a pesar de la grave situación de crisis económica y los numerosos casos de corrupción que salpicaban al gobierno socialista (*Diario 16*, 14 de abril 1993).

La negativa del PP a debatir en RTVE por considerarla al servicio del gobierno socialista, hizo que la televisión privada se convirtiera en árbitro estelar de



la contienda, con dos cadenas de televisión emergentes que llevaban desde su aparición una lucha sin cuartel por conseguir audiencia y aparecer ante los ojos de la opinión pública como la *cadena de la credibilidad* (Antena 3) y la *cadena independiente* (Tele 5), (*El Mundo*, 24 de mayo 1993). En 2005 aparecieron en España las otras televisiones generalistas: La Sexta y Cuatro. Desde 2009, Cuatro está integrada en Mediaset y, desde 2011, La Sexta en el grupo Antena 3, éstas dos últimas conforman Atresmedia.

Los objetivos de la investigación son:

- 1.- Analizar el tipo de debate que se celebra en España y compararlo con la tipología del modelo americano, el francés y el alemán que establece Marín (2003) y con los debates que se celebran en América e Iberoamérica.
- 2.- Conocer el impacto de audiencia que los programas electorales por televisión cara a cara entre candidatos a la presidencia del gobierno han tenido a lo largo de estos 27 años en España.
- 3.- Saber si los debates cara a cara tienen el mismo atractivo para la audiencia en España que aquellos que se celebran a 4 o 5 bandas.

La investigación abarca las causas y consecuencias de aquellos primeros debates cara cara que cambiaron para siempre las formas de las campañas electorales en España, e incluye su desarrollo hasta las últimas elecciones generales de 2019.

## 2.- Metodología

Las herramientas para la obtención de datos y análisis fueron las siguientes:

- √ Análisis de los 10 debates presidenciales celebrados entre 1993 y 2019 en España a través de YouTube o las propias webs de las cadenas de televisión.
- √ El análisis realizado obedece a la tipología de los debates: mecánica, número de participantes, tipo de realización, decorado y estrategias de los candidatos.
- √ Entrevistas semiestructuradas realizadas al presentador del debate de Tele 5 y director de informativos de Tele 5, Luis Mariñas (debate 1993) y a los realizadores de aquellos dos debates en Antena 3 (Pedro Ricote) y Tele 5 (Benito Valle). Son referencias inéditas e históricas al tratarse de los dos primeros debates presidenciales cara a cara en la historia de España.
- √ Revisión de fuentes bibliográficas, publicaciones científicas, artículos y tesis doctorales relativas a la televisión, la comunicación política y los debates electorales.
- √ Análisis de las audiencias y referencias hemerográficas procedentes de empresas dedicadas a este menester, como Kantar Media; de revistas como *El Semanal TV* y de diarios como *El País*, *La Vanguardia*, *Diario 16*, *El Mundo* y *ABC*, que nos han proporcionado información muy valiosa para el período comprendido de la investigación en materia de contenido relativo a los debates y a las audiencias que generaron

Para crear el marco teórico de este artículo se ha recurrido a las referencias bibliográficas clásicas como Blumler & McQuail (1968), Blumler (1992), McGinnis (1972), López Guerra (1977), Cayrol (1979), Galindo (1998 y 2018), Cebrián

Herreros (1995), Berrocal (2003), Marín (2000, 2003 y 2006), o Maarek (2009), y otras más actuales como López García (2015 y 2016), Campos y Valera (2015) y Peris, Llorca-Abad, Sánchez Castillo y López-Rico (2017).

Se hace una comparativa de audiencias de los cara a cara y los debates más importantes a 4 o a 5 bandas, celebrados por los cabeza de listas de los partidos políticos a la presidencia del gobierno en aquellas campañas donde no hubo cuerpo a cuerpo por estrategia política de los partidos (2016 y 2019).

### 3. Resultados

Tabla 1. Debates electorales a la presidencia del gobierno (1993-2019)

Candidatos	Elecciones Generales
Aznar – González (Antena 3)*	1993
Aznar – González (Tele 5)	1993
Zapatero – Rajoy (Academia Tv) 25 febrero	2008
Zapatero – Rajoy (Academia Tv) 3 marzo	2008
Rubalcaba- Rajoy (Academia Tv)	2011
Rajoy – Sánchez (Academia Tv)	2015
Sánchez-Santamaría-Rivera-Iglesias (Atresmedia)	2015
Rajoy-Sánchez- Rivera-Iglesias (Academia Tv)	2016
Sánchez-Casado-Rivera-Iglesias (RTVE)	2019
Sánchez-Casado-Rivera-Iglesias, Abascal (Acad. TV)	2019

Fuente propia.

\* En azul, los debates cara a cara.

En la historia de la democracia española, solo se han celebrado 6 debates

cara a cara (Tabla 1) entre candidatos a la presidencia del gobierno, mientras que en las elecciones de 2016 y 2019 hubo debates a 4 y 5 bandas.

### 3.1.- El nacimiento de los debates de Antena 3 y Tele 5

Ambos programas constaron de dos partes de 45 minutos con un sólo corte de publicidad de 5 minutos. La mecánica del programa establecía intervenciones de 3 minutos con una réplica de 2 minutos y 30 segundos para el otro, después comenzaba la intervención el otro candidato, y así hasta el final. En ambos espacios los partidos pactaron el orden de intervención inicial y final. González cerró el debate de Antena 3 por imperativo del PSOE y el PP tuvo que ceder.

Los pactos fueron los protagonistas de estos debates. Todo estuvo muy controlado y firmado por los dos partidos y las televisiones (Luis Mariñas, entrevista personal, noviembre 12, 1999). Tres documentos, uno de ellos calificado como *secreto*, incluían los acuerdos alcanzados entre los partidos, aunque también hubo pactos verbales con las cadenas, como la agenda de los temas a tratar. El tema de la corrupción desapareció del segundo debate, cuando en el primero le había hecho mucho daño a González.

En relación con el formato, el PP se negó a debatir de pie, porque consideraba que la mayor estatura de González le perjudicaría. El PSOE no aceptó en el debate de Antena 3 una mesa hexagonal porque pensaba que daba la sensación de pacto, y prefirió mesas separadas para los 2 candidatos y el moderador; las discusiones llegaron incluso a la misma tarde del debate: las mesas, las sillas, tipo de emisión, iluminación... todo estuvo pactado. (Pedro Ricote, entrevista personal, noviembre 14, 1999).

También acordaron cuestiones como la ausencia de declaraciones tras el debate, el compromiso a no realizar un debate a 3 bandas, el mismo número y tiempo de intervenciones para los dos partidos.... También la realización estuvo reglada y pactada. Los acuerdos establecían el mismo tipo de planos y el mismo número para ambos candidatos, ausencia de primeros planos, planos escucha y detalle. En definitiva, el celo exagerado por pactarlo todo privó a los espectadores de debates amenos e interesantes con la asistencia de público en el plató, la emisión de imágenes para ilustrar intervenciones o la difusión de encuestas telefónicas durante el debate. (Marín, 2006).

La emisión del programa en las dos cadenas tuvo tres partes: el programa previo en el que se incluyó la llegada de los invitados, el debate en sí, y el programa post debate donde se incluyó la salida de los candidatos. Al igual que Tele 5, Antena 3 puso muchos medios para poder realizar con éxito un acontecimiento de esta envergadura. En Antena 3 trabajaron alrededor de 300 profesionales. Entre otros, estuvieron tres realizadores, 18 técnicos de luminotecnia, 16 operadores de audio, 16 personas en posproducción, 16 personas de escenografía, 15 periodistas en redacción de noticias, 25 cámaras situadas fuera y dentro del plató para ofrecer las imágenes desde la llegada de los invitados a Antena 3 hasta su salida, 11 ayudantes de cámara, 44 personas de mantenimiento y 20 personas encargadas del *catering*.

En Tele 5 se utilizaron 36 cámaras y dos unidades móviles. Participaron 200 personas en el montaje, entre ellos 90 técnicos. Hubo 4 controles de realización que estaban compuestos cada uno de ellos por un realizador y 6 ayudantes. En el

Estudio-3 se acomodaron 300 periodistas acreditados, entre ellos dos chinos de la Agencia de Pekín Xinhua. Estuvieron presentes 21 cadenas de televisión de todo el mundo, 11 cadenas de radio nacionales, y representadas todas las agencias europeas de información. En Antena 3, el decorado se creó para la ocasión y constaba de dos paneles y una tarima. Los dos paneles eran de color azul, con ligeros toques de color verde y amarillo-ocre. Eran tonos relajantes y armoniosos (Pedro Ricote, entrevista personal, noviembre 14, 1999).

En Tele 5, el debate se desarrolló en el Estudio-2 y, al igual que en el de Antena 3, no hubo público porque fue una de las condiciones establecidas por los partidos políticos. El escenario tenía 1,250 metros cuadrados y estaba situado en el mismo estudio donde se grababa *Media Naranja* y *Queridos Padres*, de Concha Velasco. El decorado era muy diferente al de Antena 3. Mientras el de Antena 3 era neutro, éste tenía un gran protagonismo por la gran cantidad de rayas que conformaban en la pantalla las columnas de que constaba. Simulaba una especie de anfiteatro con reminiscencias al Congreso, al querer transmitir una idea de lugar supremo donde se decide el futuro. Se trataba de un entramado metálico acoplado entre 27 columnas de color oro viejo, y con un fondo, de carácter futurista, de cristales ahumados. Con este diseño, si cualquiera de los dos quería mirar al moderador, tenían que darse la media vuelta. Esto es una novedad respecto al primer debate y posibilitó mejor el cuerpo a cuerpo. (Benito Valle, entrevista personal, noviembre 14, 1999).

El primer cara a cara de la historia de España en la lucha por la presidencia del gobierno tuvo una audiencia media de 9,661,942 espectadores con 61'98% de

cuota de pantalla entre las 22'30 de la noche del día 25 de mayo de 1993, y las 00'45h de la madrugada. Pero si el debate de Antena 3 había batido récords, el de Tele 5 los superó, ya que tuvo 860,000 espectadores más. El momento de más audiencia se produjo entre las 22'45 y las 23'45 h, ya que durante ese tiempo estuvieron frente a la pantalla más de 12,500,000 personas de media, la punta más alta se cifró en 12,675,000.

Tabla 2. Programas más vistos de los 90

Año	Programa	Aud. media	Miles de espectadores
1990	Cine. El Golpe	TVE1	36,9
1990	Cine. El enjambre	TVE1	28,4
1990	Videos de Primera	TVE1	28,3
1991	Cine. Vive la banda	TVE1	23,4
1991	A ver, a ver	TVE1	33,4
1991	Videos de Primera	TVE1	22,7
1992	Que te den concursos	TVE1	29,5
1992	Cine. Cateto a babor	TVE1	28,5
1992	Cine Dirty Dancing	TVE1	25,8
1993	Fútbol. España-Dinamarca (TVE1)	TVE1	33,3 11,954,000
1993	El debate decisivo	Tele 5	29,3 10.518.000
1993	El debate	Antena 3	26,9 9,657,000
1994	Fútbol. Alemania-España (USA)	TVE	32,4 11,696,000
1994	Fútbol. España-Dinamarca	TVE1	26,6 9,611,000
1994	Fútbol. Brasil-Italia	TVE1	25,8 9,322,000
1995	Farmacia de Guardia	Antena 3	31,5 11,509,000
1995	Médico de familia	Tele 5	25,7 9,390,000
1995	Fútbol. España-Bélgica	TVE1	32,4 8,842,000
1996	Fútbol. España-Inglaterra	TVE1	29,4 10,761,000

1996	Fútbol. Atlético de Madrid-Barcelona	TVE1	27,3	9,992,000
1996	Navidades a 20 euros	TVE1	26,3	9,626,000
1997	Fútbol. Barcelona-Real Madrid	A-3	32,1	11,767,000
1997	Médico de Familia	Tele 5	26,3	10,833,000
1997	Médico de Familia	Tele 5	24,3	10,182,000
1998	Fútbol. Juventus-Real Madrid (Post)	TV1	34,5	13,229,000
1998	Fútbol. España-Nigeria (pr)	TVE1	31,3	12,002,000
1998	Fútbol. Barcelona-Mallorca (pen)	TVE1	28,7	11,005,000
1999	Campanadas de fin de año	TVE1	23,2	8,912,000
1999	Médico de Familia	Tele 5	22,1	8,498,000
1999	Fútbol. España-Brasil	TVE1	20,9	8,028,000

Fuente: *El SEMANAL*. TV Semana del 3 al 9 marzo del 2.000. Reportaje: “10º Aniversario de las privadas”, p. 44.

*El debate decisivo* fue el espacio informativo más visto en la década de los 90. Incluso en algún momento sus tasas de audiencia superaron a eventos como los Juegos Olímpicos de Barcelona, y la inauguración de la Exposición Universal de Sevilla, en 1992. *El debate decisivo* está situado en el puesto 9 del ranking de programas más vistos de los 90, incluidos los deportivos, de entretenimiento y las películas, mientras que *El debate*, de Antena 3, está en el número 12.

### 3.2.- La gran campaña de branding de Antena 3 y Tele 5

Los debates estuvieron concebidos como el atractivo más importante de la campaña electoral de 1993. Los medios de comunicación se pusieron al servicio de los partidos y de las propias televisiones, e informaron durante semanas de los pormenores, con lo que ello supuso de publicidad gratuita a los candidatos y a las dos cadenas privadas.



Ciento ochenta periodistas de todo el mundo estuvieron presentes en la sala de Antena 3 TV para seguir en vivo el debate. Lo dieron en directo las siguientes emisoras: SER, COPE, Radio Nacional, Onda Cero, Antena 3 Radio, Canal Sur Radio, Onda Madrid y Radio Continental. Las televisiones que lo ofrecieron en diferido a partir de la una de la madrugada fueron Galavisión, Venevisión, el Canal 13 de Buenos Aires, una televisión portuguesa y otra danesa. Los días posteriores a la realización del debate, los medios de comunicación dieron el resultado del debate con análisis pormenorizados de la victoria de Aznar sobre González. Se publicaron muchas encuestas donde quedaba manifiesta la opinión de los españoles respecto al debate y se hicieron eco del tratamiento que había tenido el debate fuera de nuestras fronteras.

Para el debate de Tele 5 se acreditaron 290 periodistas, 11 cadenas de radio nacionales, 21 cadenas de televisión de todo el mundo y todas las grandes agencias de noticias europeas. Respecto a las cadenas de televisión, lo ofrecieron en diferido, entre otras, Galavisión, Venevisión, Canal 13 de Buenos Aires. El Canal 11 de Buenos Aires, la cadena pública alemana ZDF y los primeros canales de la RAI facilitaron imágenes en sus noticiarios.

Los medios de comunicación crearon corrientes de opinión respecto a quién de los dos contendientes había ganado los debates, independientemente del resultado. En muchas ocasiones, los informadores dejaron en segundo plano cuestiones o propuestas concretas de los partidos. También se publicaron encuestas con gráficos que ilustraron las respuestas de la calle.

El debate de Antena 3 fue ganado por José María Aznar, y el de Tele 5 por

Felipe González, según las encuestas publicadas días después por los principales diarios (*El País, La Vanguardia, Diario 16, El Mundo y ABC*). Sobre si fueron o no decisivos en la campaña para la reelección de Felipe González, no hay ningún estudio empírico que lo corrobore. Para Díez Nicolás y Semetko (1993) solo 1% decidió a qué partido votar después del primer debate, y 3% después del segundo. En cualquier caso, sí queda constatado que los debates animan la campaña e incentivan la participación.

En definitiva, la celebración de los debates, independientemente de las audiencias que tuvieron, supusieron una reacción en cadena de información sobre la campaña electoral, los candidatos y las propias empresas de televisión que lograron una gran campaña de marketing a costa de la celebración de estos debates que marcaron la estrategia de las formaciones políticas en las siguientes convocatorias.

#### **4.- Los del 93 marcaron la pauta: 15 años sin debates**

Los debates en España no están regulados por la Junta Electoral Central. La ley electoral no obliga a las formaciones políticas a que debatan en radio, televisión o redes sociales, a diferencia de Estados Unidos. Por ello, los cara a cara son utilizados por los partidos políticos en función de sus estrategias electorales, ya que aceptar un debate de estas características es un riesgo. López Guerra (1977) dice que candidatos en posiciones de ventaja o que disponen de otras fuentes de publicidad porque ya ostentan el poder prefieren no conceder a su contrincante la ventaja de un debate público. Blumberg & Macquail (1968) argumentan que a aquellos candidatos que están ya en el ejercicio de gobierno no les interesa ir al

cara a cara porque “las discusiones con el oponente deben evitarse, no solo porque le dan publicidad gratis sino porque además pueden ganar la discusión”. (p. 301).

En ese sentido, los resultados de los debates de 1993 marcaron la pauta de los dos partidos mayoritarios en las Elecciones Generales de 1996, 2000, 2004. En los tres procesos electorales el PSOE, que iba por detrás en las encuestas, los pidió y el PP los denegó. El PP no lo admitió en las elecciones de 1996, porque las encuestas le daban ventaja suficiente a priori y porque Felipe González era el candidato. Aznar no vio necesidad, en esta ocasión, de enfrentarse otra vez a González.

Tampoco lo concedió el PP en las elecciones de 2000 por la ventaja de 5 puntos de media que tenía a su favor respecto al PSOE, y eso que en esta ocasión su contrincante era Joaquín Almunia, a priori, un oponente más asequible que el de 1996. El hecho de no contribuir a la participación en estas elecciones fue otra de las razones del Partido Popular.

En las elecciones de 2004, el CIS otorgaba al PP una mayoría absoluta y declinó el reto que el candidato socialista, José Luis Rodríguez Zapatero, le había lanzado al también primer aspirante a la presidencia del gobierno, Mariano Rajoy. Una campaña que estuvo marcada por los atentados del 11 de marzo, tres días antes de la cita electoral, donde murieron 192 personas en Madrid y 2000 resultaron heridas. La gestión de aquella crisis por parte del gobierno provocó el vuelco electoral que llevó al candidato socialista a la Moncloa.

En 2008 volvieron los debates y tras ellos la apreciación en el PSOE y en el

PP de que eran necesarios en las campañas. En ese sentido, en las elecciones de 2011, donde a Rajoy las encuestas le daban la mayoría absoluta, el candidato popular sí debatió con Alfredo Pérez Rubalcaba. Y también en 2015, cuando los sondeos le otorgaban una ventaja de 10 puntos porcentuales sobre el PSOE, Rajoy sí participó con Pedro Sánchez en un primer debate cara a cara, y después envió a Soraya Sáenz de Santamaría a que participara en un segundo debate con Sánchez, Rivera e Iglesias.

Por su parte, el PSOE tampoco ha concedido ningún cara a cara en las elecciones de 2019 por estrategia electoral, ya que todos los sondeos del CIS le daban ventaja de cara a estas dos citas con las urnas en abril y noviembre de ese año.

#### **5.- Los otros 4 cara a cara: 2008 (2), 2011 y 2015**

En 2008, José Luis Rodríguez Zapatero se presentaba a la reelección y tenía a Mariano Rajoy como principal oponente. El empate técnico que ofrecían las encuestas, según el CIS, en cuanto a la intención de voto y 30'1% de indecisos a 21 días para la cita electoral elecciones, llevó al PSOE a aceptar el reto del PP.

La legislatura estuvo marcada por la crispación política del PP hacia el partido en el gobierno, basada en argumentos como la teoría de la conspiración del 11M, las negociaciones de paz con ETA, la amenaza de la ruptura territorial por el Estatut de Catalunya, la crítica contra la asignatura "Educación para la Ciudadanía" y los posicionamientos en contra de los nuevos derechos cívicos como la ley de matrimonio homosexual. (Gallego Reguera, 2015).

Tras 15 años sin debates cara a cara, la expectación por la celebración de

los dos debates fue máxima, y contribuyó a que el primer debate tuviera el mayor índice de audiencia de los 6 cara a cara celebrados en la historia de España. Al igual que en 1993, las negociaciones de los partidos, por un lado, y la batalla de las cadenas de televisión por conseguir los debates, produjo una situación de máxima tensión entre los actores intervinientes.

Los partidos decidieron que fueran los profesionales de la Academia de Televisión quienes organizaran los dos programas, y distribuyeran una señal única a todos los canales que lo solicitaran. Los programas se celebraron el 25 de febrero y el 3 marzo de 2008. El diseño de la realización, la iluminación, la decoración y otros aspectos técnicos se estableció de la forma más neutral posible. Los bloques temáticos fueron pactados por los partidos políticos, y también que los candidatos intervinieran por turnos con los tiempos medidos. Los partidos controlaron cada detalle, como en 1993, y la televisión ponía a los candidatos frente a los votantes en sus propias casas con audiencias millonarias.

El segundo debate fue el primero en la historia de España en el que las personas sordas pudieron seguir a los candidatos a la presidencia del gobierno. Dispuso un teletexto para aquellas cadenas con este servicio y un canal de internet en lengua de signos. Además, esta misma señal retransmitida por la red se cedió a las cadenas para que la incorporaran en una ventana de su emisión habitual y fue transmitida también por la "Fundaciónweb.es" y "Once.es". (Gallego Reguera, 2015).

Según la mayoría de los sondeos, Zapatero fue el ganador de ambos debates, aunque no parece que determinaran las elecciones; si bien, estos

programas contribuyen a la participación en las urnas y por ello pueden alterar el reparto de escaños al ser un elemento clave de animación para el electorado.

Según el CIS, estos dos debates ayudaron al 18'6% de los encuestados a reforzar su decisión de votar por el partido que tenía pensado, al 7,3% le animó a votar; al 3,9% le ayudó a decidir por el que iba a votar y al 1,8% le animaron a abstenerse. Por tanto, no parece que fueran decisivos.

Tres años después, en 2011, José Luis Rodríguez Zapatero, lastrado por la crisis económica y el paro, decidió adelantar las elecciones. El candidato socialista fue Alfredo Pérez Rubalcaba y se enfrentó a Mariano Rajoy, quien le concedió el debate a pesar de que las encuestas lo situaban cerca de la mayoría absoluta. El programa se celebró el 7 de noviembre de 2011 y los sondeos dieron de forma mayoritaria la victoria a Rajoy. El debate de estas elecciones supuso en ese momento lo que parecía la consolidación de la tendencia de los cara a cara tras su celebración en dos campañas consecutivas, que se corroboró en 2015 tras el último debate cara a cara de la historia de España, que fue entre Pedro Sánchez y Mariano Rajoy. Si bien esta tendencia se cortó, ya que en 2016 y 2019 solo hubo debates a 4 y 5 bandas.

A diferencia de los debates de 1993, la organización de estos 4 programas de debates (los dos de 2008 además del de 2011 y 2015) la llevó a cabo la Academia de Tv de España. Tenía la obligación de pasar la señal a todo aquel que lo deseara e hizo que todas las cadenas que se engancharon a los debates hicieran programas previos y post debates, con lo que la amplificación era mucho mayor y la oferta para el telespectador fue muy variada, ya que podía seguir el debate desde

su cadena preferida o ir haciendo zapping para ver qué hacían las distintas cadenas en sus despliegues para la ocasión. La señal que llegaba a cada cadena era neutra. Por tanto, cada televisión la personalizó de la forma más adecuada a su línea.

Tras 15 años sin debates, a partir de 2008 el impacto de estos debates se multiplicó con la existencia de internet y las redes sociales. Ahora bien, sigue siendo una asignatura pendiente para las cadenas de televisión y los propios partidos la asistencia de público al debate y la integración de las redes sociales con preguntas concretas para los candidatos, ya que supondría un cambio respecto a lo que se ha hecho hasta ahora. Las cadenas quieren su incorporación, los partidos la rechazan por miedo al impacto que las preguntas no pactadas y las redes sociales pueden tener en el desarrollo del debate con sus candidatos en directo.

El hecho de que fueran los propios profesionales de la Academia de la Tv quienes organizaran los dos debates de 2008, el de 2011 y el de 2015, incluso con el mismo moderador, Manuel Campo Vidal, hizo que el formato de estos 4 debates en materia de realización audiovisual, los decorados neutros, la iluminación la producción y el protocolo fueran muy similares con algunas variaciones según las citas electorales. La organización de estos debates por parte de la Academia de Televisión le ha supuesto alrededor de 500,000 en cada contienda electoral. La producción de un evento de estas dimensiones hace que los costes se abaraten si es un único organismo el que produce la señal para todos, como ha sido el caso. Para Galindo (2018) el esfuerzo de organizar este formato de programa de televisión requiere una movilización importante de todo tipo de recursos, cuyo altísimo coste se ha llegado a establecer en el entorno del uno por ciento de su

presupuesto anual en el caso de las televisiones públicas.

## 6.- Evolución de los debates presidenciales cara a cara en España: tipología y comparativa con los modelos americano, francés y alemán

El tipo de debate cara a cara que se inició en España en 1993, fue un formato ecléctico que se situó entre los modelos americano, francés y alemán (Marín, 2006). Tiene similitud con los debates americanos, y ha mantenido hasta 2019 la espectacularización propia de los programas que se producen en Estados Unidos.

En este caso, hay espacio previo que sirve como reclamo: gran despliegue de medios, música que incita al duelo, conexiones con el exterior y también desde el interior, entrevistas a analistas y personajes, llegada calculada de los candidatos para no coincidir, las fotos con los responsables de las cadenas en los *photocall*, planos subjetivos que siguen a los contendientes por los pasillos, reportajes sobre otras experiencias, preparativos, los programas previos y a posteriori, las llegadas y salidas de los coches oficiales a los estudios de televisión, con todos los detalles de lo que han hecho ese día, con quién han estado, los alimentos que han ingerido.

También hay una gran cobertura mediática con las noticias emitidas los días previos, calentando el debate con conexiones en directo y dando cifras de número de personas en el despliegue, número de periodistas acreditados, las cadenas que los van a ver o repasando la historia de los debates en nuestro país con expertos o haciendo reportajes de los debates más famosos de la historia.

Tabla 3. Evolución de los debates presidenciales

Debate	Cadena / Organismo	Moderador/es
--------	--------------------	--------------



1993	Antena 3	Manuel Campo Vidal
1993	Tele 5	Luis Mariñas
2008	Academia Tv	Manuel Campo Vidal
2008	Academia TV.	Olga Viza
2011	Academia Tv	Manuel Campo Vidal
2015	Academia TV	Manuel Campo Vidal
2015	Atresmedia	Vicente Vallés /Ana Blanco
2016	Academia Tv	Vicente Vallés, Ana Blanco, Pedro Piqueras
2019	RTVE	Xabier Fortes
2019	Academia TV	Ana Blanco y Vicente Valles

Fuente propia.

Los debates presidenciales de España se parecen al formato americano también en materia de realización, ya que con el paso del tiempo se permite a los realizadores utilizar planos escucha, que le dan vivacidad y fuerza al programa. Sin embargo, los dos primeros debates de 1993 no se parecieron en nada al modelo americano en la posición de los invitados, ya que en Estados Unidos los candidatos debaten de pie o sentados en un taburete, pero por norma general no lo suelen hacer sentados en una silla y parapetados detrás de una mesa, como es el caso en España.

En cuanto al papel de los moderadores, éste tiene incidencia directa en el formato, ya que en los únicos 6 debates cara cara en España prácticamente su intervención ha sido mínima. Los moderadores se han limitado a controlar los tiempos, dar los turnos de palabra, incorporar los temas pactados por bloques e incitar a que los candidatos debatan. Después del encorsetamiento al que los

partidos políticos sometieron a las televisiones que organizaron los debates de 1993 y de 2008, en 2011 el moderador logró un pacto donde tuvo mayor posibilidad de margen para que el debate fuera más ameno, permitiendo que los contendientes debatieran cara a cara como si él no estuviese presente aunque no tenía permitido hacer preguntas directas ni repreguntas.

A diferencia de la tipología de debate cara a cara utilizado en España, el modelo americano incluye un panel de periodistas que realizan las preguntas. De hecho, hasta que se celebró el debate de Obama en 2008 con McCain, en los cara a cara americanos los contendientes no discutían de forma directa. En España, sí que se permite desde 1993, y cada vez las cadenas buscan más el cuerpo a cuerpo porque genera más intensidad y más audiencia.

Otras diferencias del debate presidencial en España respecto al estadounidense, radica en que en el español no se da la oportunidad de realizar un seguimiento de las preguntas o aclaraciones a los candidatos, no hay repreguntas del moderador al candidato. Además, al excluir las preguntas de los periodistas y ciudadanos, los partidos políticos ejercen demasiado control sobre el contenido del programa. Los debates españoles parecen estar preocupados con forzar los estrictos límites de tiempo, aunque cabe mencionar que los debates americanos también comparten esta obsesión por el reloj. (Schroeder, 2009, pp.81-82).

El formato utilizado en España, hasta ahora se parece al modelo francés en que los candidatos suelen debatir sentados y se trata de un auténtico cuerpo a cuerpo, ya que al igual que éste sí que permite el cruce dialéctico de acusaciones porque entre ellos sólo está la figura del moderador, quien propone temas, pero al

no hacer preguntas facilita la confrontación entre ambos. (Marín, 2006).

El debate electoral por televisión en Francia tiene mucha raigambre, aunque no en todas las elecciones se celebran, ya que depende de los intereses de los candidatos en cada momento. A diferencia del debate americano, Francia tiene configurado un modelo de debate que es un auténtico cara a cara entre los dos contendientes. Los aspirantes a la presidencia polemizan directamente bajo el arbitraje de uno o dos moderadores. Ellos suscitan los temas a tratar, a diferencia del debate americano, donde el panel de periodistas realiza preguntas individuales a los candidatos. (Marín, 2003).

La ausencia de público en el plató es otra de las características del debate en España que lo asemeja al debate francés y también al alemán. La inexistencia de auditorio que contempla en vivo a los candidatos facilita la concentración de los actores políticos, que en caso contrario pueden perderla por la posible reacción del público o simplemente por la presión añadida que les puede suponer batirse con gente delante.

En el modelo alemán, los debates entre los dos máximos representantes de los partidos mayoritarios se celebran con el arbitraje de uno o dos moderadores. No se trata de un cara a cara, como es el francés o el español, se trata de una comparecencia conjunta para responder a unas preguntas lanzadas por el moderador, aunque a lo largo del programa puede darse la circunstancia de que se enzarcen en una batalla dialéctica. A diferencia del debate americano, el debate alemán, al igual que el francés, no supone un show televisivo. Sin embargo, sí que se parece al americano en cuanto a la disposición física de los candidatos, ya que

suele ser de pie y con atril (Marín, 2003).

La evolución en las elecciones de 2016 y 2019 hacia debates a 4 o 5 bandas por la negativa de los partidos a debatir cara a cara por estrategia electoral o con la excusa de la nueva realidad por la presencia de los partidos emergentes (Ciudadanos, Podemos y Vox) y la fragmentación del voto, ha supuesto al menos la posibilidad de que los moderadores puedan, según se pacte con los partidos en cada contienda electoral, hacer preguntas directas a los candidatos o repreguntas, lo que ha enriquecido mucho más el formato, haciéndolo más ligero e interesante para la audiencia.

Los únicos 6 debates electorales cara a cara celebrados en España se han realizado con los candidatos sentados tras una mesa y situados frente a frente, mientras que cuando han debatido en las otras 4 ocasiones, los candidatos estaban de pie tras un atril. Esta cuestión no es un tema baladí porque cuando los políticos debaten de pie están mucho más expuestos (Pedro Ricote, entrevista personal, noviembre 14, 1999) y ello exige un mayor control de la escena por parte de los candidatos. (Marín, 2003).

## **7.- Comparativa con los debates en Iberoamérica**

Iberoamérica ha celebrado debates electorales presidenciales en países como Costa Rica, Ecuador, Guatemala, Honduras, México, Venezuela, Panamá, Uruguay, Perú, Honduras, Bolivia, Chile, Colombia, Argentina, Haití y Brasil. En este último país se celebró el primer debate presidencial de Iberoamérica, en 1960, y resultó electo el candidato Jânios Quadros. Ruiz y Alberro (2012) cuentan “Once días antes del famoso debate Nixon-Kennedy, se realizó en Tv Tupí el primer

debate presidencial televisado de la historia del Brasil. Fue el 15 de septiembre de 1960. En ese tiempo también hubo debates televisados en México y Venezuela. Pero, a diferencia de lo ocurrido en Estados Unidos, esta práctica no se incorporó a la cultura política institucional en América Latina” (p.3).

En Chile, el primer debate presidencial se realizó en Santiago, el 9 de octubre de 1989 entre los candidatos presidenciales Patricio Aylwin y Hernán Büchi, bajo el régimen militar de Pinochet, después de que éste perdiera el plebiscito de 1988. En Colombia, en las elecciones de 1984 se celebró uno entre Andrés Pastrana y Ernesto Samper, que se presentaba a la reelección. En Perú, el primer debate presidencial se celebró el 3 de junio de 1990 entre Mario Vargas Llosa y Alberto Fujimori.

En México, en las presidenciales de 1994 hubo por primera vez debates presidenciales transmitidos por televisión. Confrontaron Ernesto Zedillo por el Partido Revolucionario Institucional (PRI), Diego Fernández de Cevallos por el Partido Acción Nacional (PAN), y Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano por el Partido de la Revolución Democrática (PRD). En las siguientes elecciones, celebradas el primer domingo de julio del año 2000, debatieron Vicente Fox Quezada, candidato de la coalición Alianza por el cambio, que integraron el PAN y el Partido Verde Ecologista de México (PVEM), Cuauhtémoc Cárdenas, candidato de la Alianza por México, y Francisco Labastida Ochoa, por el PRI.

En Uruguay, durante un período de 25 años no se celebraron debates electorales, el último fue realizado en 1994 entre el socioliberal Julio María Sanguinetti y el socialista Tabaré Vázquez. En 2019 se reiniciaron los debates en

este país, siendo Ernesto Talvi y Oscar Andrade los protagonistas, y se regularon para que se celebraran en todas las contiendas presidenciales, aspecto que no está establecido en España.

En Argentina, el primer debate para la presidencia del gobierno se realizó el 4 de octubre de 2015. Participaron Sergio Massa, Mauricio Macri, Margarita Stolbizer, Nicolas del Caño y Adolfo Rodríguez Saá.

En Brasil en 1989 debatieron los candidatos Collor de Mello y Lula, y en 2002 hubo debates a 4 y a 2 bandas. Uno en la primera vuelta, entre los 4 candidatos presidenciales: Luiz Inacio Lula da Silva, del Partido de los Trabajadores (PT); el candidato oficialista, José Serra, perteneciente al Partido del Movimiento Democrático Brasileño (PMDB), ex ministro del entonces presidente Fernando Henrique Cardoso; Ciro Gomes, candidato del Partido Popular Socialista (PPS); y Anthony Garotinho.

Igual que hemos hablado anteriormente de un modelo americano, francés y alemán de debate presidencial, en Iberoamérica no podemos establecer un modelo concreto, porque cada país va desarrollando un tipo de reglas de debate. En Colombia, los candidatos no tienen límites de tiempo para sus respuestas, con la excepción del debate entre candidatos a vicepresidentes que se realizó en City TV, un aspecto que lo diferencia del debate en España, donde los tiempos están muy medidos.

Sin embargo, a diferencia de los debates en España, sí podemos establecer una similitud de los debates en Guatemala, Chile o Haití con el modelo americano, en la medida que hay periodistas en el plató que hacen preguntas concretas a los

candidatos o es el propio moderador quien traslada estas preguntas a los contendientes. En el caso de Costa Rica y México, las preguntas a los políticos están elaboradas por un grupo interdisciplinario de científicos, universitarios profesionales y estudiosos de la situación actual del país, una característica que no se da en España.

En Chile y en Haití se incorporan preguntas del público que asiste al debate en directo, y aquellas que provienen de los telespectadores a través de las redes sociales y mensajes de texto. Tres singularidades que conforman una asignatura pendiente para los debates en España, ya que hasta ahora no hay público en el plató y no hay preguntas externas.

Sin embargo, el debate español sí tiene similitud con el debate celebrado en Chile, en 2009, en la medida que éste dejó un espacio para que los candidatos debatiesen cuerpo a cuerpo sin la presencia del moderador, una característica que en España, el moderador Manuel Campo Vidal ha querido incorporar a partir de los debates de 2008.

Los debates presidenciales en España con más de dos contendientes en el plató siempre se han celebrado de pie con atril. Sin embargo, nunca han debatido los candidatos de pie en los 6 cara a cara celebrados. A diferencia de este tipo de circunstancia, en Brasil en 2002, Lula y José Serra debatieron con un atril de grandes dimensiones y de diseño vanguardista. Ambos fueron protagonistas de un debate presidencial que presenciaron 80 millones de personas y que fue organizado por la red televisiva Globo (Marín, 2003).

Un formato que cambió respecto al debate a 4 de la primera vuelta, ya que

Lula y José Serra no tenían atril. Se trató de un debate modelo americano, parecido al tercero y último que protagonizaron Bush y Gore en 2000. Con público en el plató y cerca de ellos, los candidatos contestaban de pie a las preguntas que previamente habían sido escogidas por la televisión, entre las presentadas por un grupo de 53 personas seleccionadas en todo el país. En 2010 también hubo debates en Brasil, en esta ocasión entre José Serra, Dilma Rousseff y Marina Silva.

En Brasil, México, Costa Rica, Perú, Colombia y Chile está incorporándose como un requisito informal pero obligatorio para el candidato, el presentarse a un debate presidencial. Por supuesto, no puede darse todavía por consolidado, pero la continuidad de la práctica y su permanente perfeccionamiento exhiben una fuerza que parece instalarse más allá de los partidos que ocasionalmente ocupen el poder (Ruiz y Alberro, 2012).

## **8.- Audiencias debates electorales en España**

Como indica la tabla 4 4, el debate celebrado el 25 de febrero de 2008 entre Zapatero y Rajoy tuvo una audiencia de 13 millones de espectadores y una cuota de pantalla de 59,1%. 22,500,000 españoles vieron en algún momento el debate contando todas las cadenas que lo emitieron, entre ellas TVE, Cuatro, La Sexta y la mayoría de las autonómicas, según Barlovento Comunicación atendiendo el Informe de Kantar Media. (2008, febrero 26).

Esta cifra lo sitúa entre los cuatro programas de televisión con más audiencia de la historia de España desde la aparición de las privadas en 1990, ya que solo ha sido superada por tres fragmentos televisivos puntuales en la historia del medio, como fueron las votaciones de Eurovisión en 2002 (14,380,000 espectadores), los



penaltis del Bayern de Munich-Valencia, en 2001 (13,630,000 espectadores), y el posfútbol en 2001 del partido Juventus-Real Madrid (13,234,000 espectadores). (Arroyo, febrero 27, 2008).

Tabla 4. Ranking debates presidenciales en España

Ranking Debates en España	Audiencia Media
1.- Zapatero – Rajoy (Academia Tv- 2008)	13 millones
2.- Rubalcaba- Rajoy (Academia Tv- 2011)	12 millones
3.- Zapatero – Rajoy (Academia Tv- 2008 )	11'9 millones
4.- Aznar – González (Tele 5 - 1993)	10'5 millones
5.- Rajoy-Sánchez- Rivera-Iglesias (Academia Tv- 2016)	10,4 millones
6.- Rajoy – Sánchez (Academia Tv-2015)	9,7 millones
7.- Aznar – González (Antena 3-1993)	9,6 millones
8.- Sánchez-Santamaría-Rivera-Iglesias (Atresmedia, 2015)	9,2 millones
9.- Sánchez-Casado-Rivera-Iglesias (RTVE-2019)	8,8 millones
10.- Sánchez-Casado-Rivera-Iglesias, Abascal (Academia Tv. 2019)	8,6 millones

Figura 4 (fuente propia)

Como se aprecia en la tabla 4, cuando los debates son a 4 o 5 bandas pierden audiencia porque el formato es menos atractivo. Hay menos combate, intervienen más actores, las estrategias cruzadas de los candidatos hacen que pierdan fuerza y atractivo, lo que supone todo un reto para las cadenas de televisión el poder mejorar el formato para atraer las audiencias históricas que hemos

constatado en esta investigación.

## 9.- Conclusiones y discusión

1.- El debate presidencial cara cara, utilizado en 6 ocasiones en España, continua siendo muy encorsetado por el celo de los partidos políticos a tener el debate lo más controlado posible. Un tipo de espacio informativo que ofrece similitudes con el modelo americano, el francés y el alemán, pero también notables diferencias que hacen de él un formato ecléctico.

2.- El debate presidencial en Iberoamérica apareció antes que en España, debido a que este país vivió una dictadura (1939-1975) y desde la llegada de la democracia hasta 1993 no hubo voluntad política ni presión de los medios de comunicación para la realización de este tipo de espacios electorales.

3.- No hay un modelo de debate presidencial Iberoamericano. Depende de cada país y cada contienda electoral. El debate que se celebra en España tiene algunas similitudes y, diferencias manifiestas con los debates que se celebran en Iberoamérica.

4.- Los 6 debates electorales cara a cara celebrados en España, se han realizado con los candidatos sentados, mientras que los otros 4 estaban de pie tras un atril. Un formato más arriesgado porque están más expuestos al público.

5.- Los debates electorales están consolidados en España después de 27 años como programas informativos que ofrecen espectáculo y que generan audiencias millonarias. Si bien, los formatos a 4 o 5 bandas pierden hasta 4 millones de espectadores respecto a los que tuvieron más audiencia porque no son tan atractivos para el público. Ello supone todo un reto para las televisiones y para los

propios partidos a la hora de pactar condiciones para su celebración.

6.- Los partidos políticos utilizan el reto del debate electoral cuando van por detrás de las encuestas, ya que estos espacios dan mucha visibilidad al candidato, animan la campaña e incentivan la participación.

7.- Los resultados de los debates de 1993 en España marcaron la pauta en las elecciones de 1996, 2000 y 2004. En los tres casos, el PP no se los aceptó al PSOE porque iba adelante en las encuestas. Si bien, en las elecciones de 2011 y 2015, el Partido Popular aceptó el debate cara a cara a pesar de ir por delante en las encuestas. Por su parte, el PSOE en las dos elecciones de 2019 declinó la oferta para los debates cara a cara porque los sondeos le otorgaban una holgada ventaja respecto a sus contrincantes.

8.- La vuelta a la celebración de los dos debates en 2008 provocó mucha expectación y supuso el récord de audiencia de un debate en España con 13 millones de personas, situándose entre los programas más vistos de la historia de la televisión de nuestro país.

9.- Las cadenas de televisión generan mucha audiencia con la organización de debates antes y después de su celebración. Los debates de Antena 3 y Tele 5 contribuyeron a que estas marcas fueran más conocidas en el imaginario de la sociedad española donde RTVE tenía el monopolio hasta su llegada en 1990.

10.- Los debates electorales en España tienen un reto con la incorporación de público en el plató de televisión y de preguntas en vivo a través también de las redes sociales bajo una fórmula consensuada entre los partidos políticos y las cadenas de televisión.

## Referencias

- ABC (9 enero, 1996). Reportaje publicado el día después de la muerte de François Mitterrand.
- Arroyo, M. (27 de febrero, 2008). El debate de los trece millones. *La Razón*.
- Berrocal, S. (Coord.). (2003). *Comunicación política en televisión y nuevos medios*. Barcelona: Ariel.
- Blumler, J. (1992). *Televisión e interés público*. Barcelona: Bosch.
- Blumler, J., y McQuail, D. (1968): *Television in politics*. Londres: Faber and Faber
- Campos, E., Valera, L., y López García, G. (2015). Emisores políticos mediáticos y ciudadanos en Internet: hacia un nuevo marco comunicativo en la jornada de reflexión en España. En *Historia, Ciências, Saúde: Manguinhos*. (nº 22, pp.1621-1637).
- Casero, A., Marzal, J. (Eds.) (2011a). *Periodismo en televisión. Nuevos horizontes, nuevas tendencias*. Salamanca: Comunicación Social.
- Cebrián Herreros, M. (1995). *Información audiovisual. Concepto, técnica, expresión y aplicaciones*. Madrid: Síntesis.
- Cayrol, R. (1979). *La televisión y las elecciones*. Barcelona: Miquel de Moragas ediciones, p.529.
- Diario 16* (14 de abril, 1993). Reportaje donde Aznar acepta el debate propuesto por Antena 3
- Díez Nicolás, J., y Semetko, H. (1995). La televisión y las elecciones de 1993. En Swanson, D., et al. *Comunicación política*. Madrid: Universitas.
- El País* (2 de junio, 1993). Reportaje Debate de Tele 5, p.14.
- El Mundo* (24 de mayo, 1993). Especial Elecciones.
- EL SEMANAL*. TV Semana del 3 al 9 marzo del 2.000. Reportaje: 10º Aniversario de las privadas, p.44).
- Galindo, F. (1998). *El debate político actual*. Tórculo: A Coruña.
- Galindo, F. (2018): [En el exoesqueleto](#): la reproducción de la campaña electoral. En Conde, E., Fonteira, J., y Rúas, J. Debates electorales

televisados. La Laguna; Tenerife: Cuadernos Artesanos de Latina, número 154, pp. 49-65.

- Gallego, M. (2015). *El regreso del cara a cara en España: la organización profesional de los debates electorales televisados entre candidatos a la presidencia del gobierno en 2008* Madrid: Universidad Complutense de Madrid (Tesis de Doctorado). Recuperado de: <https://eprints.ucm.es/42042/>
- González Requena, J. (1992). *El discurso televisivo: espectáculo de la postmodernidad*. Madrid: Cátedra.
- Kantar Media. Informe Elecciones Generales. Los debates electorales en TV. 1993-2016. Recuperado de: <https://docplayer.es/amp/140267422-Informe-barlovento-abril-elecciones-generales-los-debates-electorales-en-tv.html>
- Kraus, Sydney (1980). *Los grandes debates: Carter vs. Ford, 1976*. *Public Opinion Quarterly*. Vol. 44, N ° 4, pp. 598-600.
- La Vanguardia* (26 mayo, 1993). Reportaje sobre las audiencias del debate de Antena 3 Tv.
- López García, G. (2016). New' vs 'old' leaderships: the campaign of Spanish general elections 2015 on Twitter. *Communication & Society* (vol.29, nº 3, pp.149-168). DOI: 10.15581 / 003.29.3.149-168
- López Guerra, L. (1977). *Las campañas electorales. Propaganda y política en la sociedad de masas*. Barcelona: Ariel.
- McGinnis, J. (1972): *Cómo se vende un presidente*. Barcelona: Península.
- Maarek, P. (2009). *Marketing político y comunicación. Clave para una buena información política*. Barcelona: Paidós.
- Marín, B. (2000). *El debate electoral cara a cara por televisión en España entre candidatos a la Presidencia del Gobierno: El elemento decisivo de la campaña* Madrid: Universidad Complutense de Madrid. (Tesis de doctorado).
- Marín, B. (2003). Debates electorales por televisión. En *Comunicación política en televisión y nuevos medios*. Barcelona: Ariel, pp. 207-243.
- Marín, B. (2006). Modelos y formatos de debates electorales cara a cara por televisión. *Revista de Ciencias de la Información*. Año XXIII (23), 20 – 35.

ISSN: 0213-070-X.

Peris, À., Llorca-Abad, G., Sánchez Castillo, S., y López-Rico, C. (2017). La televisión y la formación pública: informativos y debates electorales. En *Pantallas electorales. El discurso de partidos, medios y ciudadanos en la campaña de 2015*. Barcelona: UOC, pp.101-125.

Ruiz, J., Alberro, H. (2012). Ola de debates electorales en América Latina: luces y sombras de un avance democrático. Recuperado de:

<https://paraguaydebate.org.py/ola-de-debates-electorales-en-america-latina-luces-y-sombras-de-un-avance-democratico/>

Schroeder, A. (2009). Debates presidenciales en España y EE.UU.: Similitudes y diferencias. En Gallego Reguera, M. *El debate de los Debates 2008: España y EE. UU.* Barcelona: Àmbit. pp.81-82.

## La interdisciplinariedad: una aproximación desde la comunicación popular, comunitaria y alternativa

## Interdisciplinarity: an approach from popular, community and alternative communication

## Interdisciplinaridade: uma abordagem da comunicação popular, comunitária e alternativa

Felipe Navarro Nicoletti<sup>23</sup>

### Resumen

El campo académico y práctico de la comunicación social, en tanto movimientos interdisciplinarios, nos permite reflexionar, por un lado, la estructura interna de dicho espacio teórico y, por otro lado, la necesidad de establecer investigaciones y observaciones que rompan con la estructura rígida de las disciplinas para ahondar en otras variables. Para el caso específico de la comunicación, tomamos las categorías de “popular”, “alternativo” y “comunitario” para dar poner en primer plano variables sociales, políticas y culturales que demuestren la necesidad de establecer perspectivas interdisciplinarias a la hora de observar objetos insertos en entramados de la sociedad moderna.

Mediante el análisis teórico, explícitamente, ahondaremos en la concepción de investigación interdisciplinar, teniendo como referencia y apoyo los términos de

---

<sup>23</sup> Felipe Navarro Nicoletti (Argentina). Instituto de Investigaciones en Diversidad Cultural y Procesos de Cambio / CONICET / Universidad Nacional de Río Negro). E-Mail: [fnavarro.nicoletti@gmail.com](mailto:fnavarro.nicoletti@gmail.com) ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-3214-3009> Licenciado y profesor ciencias de la comunicación social (Universidad de Buenos Aires y Universidad del Salvador). Doctorando en comunicación en la Universidad Nacional de La Plata. Becario finalización de doctorado en CONICET, previamente becario doctoral de Agencia de Investigación Científica en el Instituto de Investigación en Diversidad Cultural y Procesos de Cambio (IIDyPCa), San Carlos de Bariloche y la Universidad Nacional de Río Negro. Miembro del Centro de Estudios de la UPLA y del CEHICOPEME (Centro de estudios en Historia, Comunicación, Periodismo y Medios).

“comunitario”, “popular” y “alternativo”. El campo de la comunicación como terreno interdisciplinar en su formación, nos permite observar estos conceptos de una manera amplia y crítica.

### **Palabras clave**

Interdisciplina, comunicación, investigación, revisión.

### **Summary**

The academic and practical field of social communication, as interdisciplinary movements, allows us to reflect, on the one hand, the internal structure of this theoretical space and, on the other hand, the need to establish research and observations that break with the rigid structure of disciplines to delve into other variables. For the specific case of communication, we take the categories of "popular", "alternative" and "community" to highlight social, political and cultural variables that demonstrate the need to establish interdisciplinary perspectives when looking at inserted objects in lattices of modern society.

By means of the theoretical analysis, explicitly, we will delve into the conception of interdisciplinary research, having as reference and support the terms of "community", "popular" and "alternative". The field of communication as an interdisciplinary field in its formation, allows us to observe these concepts in a broad and critical way.

### **Keywords**

Interdiscipline, communication, research, review.



## Sumário

O campo acadêmico e prático da comunicação social, como movimentos interdisciplinares, permite refletir, por um lado, a estrutura interna desse espaço teórico e, por outro, a necessidade de estabelecer pesquisas e observações que rompam com a estrutura rígida de disciplinas para se aprofundar em outras variáveis. Para o caso específico da comunicação, consideramos as categorias "popular", "alternativa" e "comunidade" para destacar variáveis sociais, políticas e culturais que demonstram a necessidade de estabelecer perspectivas interdisciplinares ao observar objetos inseridos nas treliças da sociedade moderna. Através da análise teórica, explicitamente, nos aprofundaremos na concepção de pesquisa interdisciplinar, tendo como referência e suporte os termos "comunidade", "popular" e "alternativa". O campo da comunicação como campo interdisciplinar em sua formação, permite observar esses conceitos de maneira ampla e crítica.

## Palavras chave

Interdisciplina, comunicação, pesquisa, revisão.

## Introducción

En el siguiente trabajo se reflexionará sobre una aproximación al campo de las ciencias de la comunicación, haciendo foco en el sub campo de la comunicación comunitaria, popular y alternativa que nos permite dar cuenta de dinámicas en el ámbito académico y particularidades a la hora del análisis práctico. Dicha observación se establecerá con base a variables referidas a la interdisciplinariedad, por un lado, y métodos de la misma corriente utilizados para el análisis del objeto de estudio propuesto, en el caso de la comunicación las variables sociales, políticas y culturales que colaboran con la profundidad de una posible investigación propuesta. La instrumentalidad interdisciplinaria nos es útil para entender el orden político y social que se nos presenta a la hora de intervenir en un problema/objeto de investigación; que se encuentran insertos en una trama difícilmente abarcable por una estructura disciplinaria. En este caso para comprender la interdisciplinariedad de un proyecto desde del campo de la comunicación en profundidad, es necesario dar cuenta de diversas perspectivas que exceden a la propia disciplina.

Se puede afirmar que, para reflexionar sobre la investigación desde el campo de la comunicación y sus derivados, es necesaria una posición política que implica “riesgos” (Nelkin, 1998), atravesado por conexiones, relaciones y entramados que necesitan ser observados de diversas aristas, y es allí donde entra en juego el análisis interdisciplinar que enriquece la observación y posterior análisis. Las perspectivas de Fals Borda (2009), Castro Gómez (2000), Das (2007) y Prakash (2007); que dan cuenta del movimiento que se da de lo hegemónico a lo particular, ayudando a la interpretación de aspectos que la observación disciplinar no ahonda,

nos va a permitir un ejemplo de enfoque analítico más integrado. Casos específicos, como puede ser el de las radios comunitarias, populares y alternativas, como objeto de estudio, en su rol sociopolítico, nos permite develar esa perspectiva interdisciplinar en relación a la inclusión de variables que la disciplina no dispone.

### **El campo comunicacional interdisciplinar y nuevas variantes**

El campo de la comunicación, a nivel académico y teórico, surge desde una perspectiva interdisciplinar, con vistas a ciertas consolidaciones disciplinares. Anibal Ford, uno de los creadores de la carrera de ciencias de la comunicación de la Universidad de Buenos Aires, señalaba la importancia de dar cuenta que muchos de los productos que analizamos desde los medios de comunicación, por ejemplo, trascienden los mismos; son atravesados por culturas, conflictos e identidades. Es así como se afirma que los medios son poderosos, pero también lo es la producción social y cultural que lo atraviesa (Ford, 1994); corriendo el eje de lo que podría parecer más bien disciplinar para virar en otras variables que enriquecen la perspectiva.

En todos los aspectos de nuestra vida cotidiana hay involucrados procesos de comunicación; en todo acto que realizamos establecemos una acción comunicativa, para la cual, como afirma Habermas (1981), sólo se necesitan dos sujetos capaces del lenguaje. No podemos escapar de la comunicación, pero sí manipularla<sup>24</sup> de manera que nos pueda ser útil para ciertos objetivos. Es así como muchas investigaciones desde este campo pueden parecer de corte disciplinar,

---

<sup>24</sup> Utilizamos el concepto "manipulación" desde lo trabajado por Armand Mattelart (1997) en relación a la explicación de empirismos del nuevo mundo, procesos homogeneizadores de los medios de comunicación así como individualidades que permiten abstraerse y construir su entorno.

cuando el propio cambio no lo es: “La comunicación es parte integral y no se puede comprender por fuera de las prácticas sociales que protagonizan los sujetos en la historia” (Uranga y Thompson, 2016, p.39), aunque un enfoque centrado en lo mediático pueda dar la impresión de abstracción del objeto/problema que se está estudiando. Para expandir el campo de incidencia de la comunicación, la transformación social y la democratización de la palabra, hace falta una sociedad que se involucre en la producción de mensajes, que pueda apropiarse de su entorno para resignificarlo y no sólo ser espectadora pasiva. (Navarro Nicoletti, 2017).

Siguiendo con esta línea, proponemos las variantes de “comunitario”, “popular” y/o “alternativo” en la comunicación que nos aportan especificidades a la hora de intervenir en dinámicas locales y específicas. “Los procesos comunicacionales tienen que contribuir a la movilización social entendida como procesos de empoderamiento político cultural” (Uranga, 2016, p.68); poder entender la dinámica comunicacional de manera relacional, generando redes e intercambios, produciendo sentidos y construyendo la cultura en la que vivimos y habitamos. Pensar los procesos comunicacionales interdisciplinariamente, no sólo desde un foco que nos nuble otras variables intervinientes en dichas dinámicas.

### **Interdisciplinariedad, Instrumentalidad y porosidad en las Ciencias Sociales**

Para comprender la interdisciplina, es necesario comenzar desentrañando la categoría de “disciplina” y lo que ella refiere a la hora de intervenir en procesos analíticos de corte social. Frankman (2002), siguiendo en la línea de análisis institucional, afirma que el problema no está en que cada disciplina pueda tener sus

límites en donde manejar sus alcances, sino que el problema está cuando ese cerramiento obstruye la posibilidad de generar nuevos saberes o coartan el proceso creativo a (jóvenes) investigadores que pretenden un análisis superador de esos límites impuestos. O como expone Osborne (2013) con el ejemplo de las “dos culturas”, refiriéndose a las ciencias naturales y ciencias sociales; el problema, de hecho, no es tanto con la idea que hay dos (o más) culturas que es lamentablemente aislado de cada otro, pero sí con la idea de que las disciplinas son terrenos aislados unos de otros. Así mismo, esta formación estructural tiene como beneficio un orden establecido, que luego Barry & Born (2013) tomaran como ciertamente necesario para un desarrollo interdisciplinar o como menciona Schaffe (2013) en el sentido que si no tenemos cierto orden disciplinar, es muy difícil crear nuevos conocimientos.

Tomar lo “institucional” académico para ver este proceso de obstrucción de las disciplinas, nos permite observar un posible arrastre dificultades a la hora de comprender determinadas problemáticas sociales. Klein (2000) da cuenta que existen nuevos tiempos políticos, económicos y sociales que nos llevan a nuevas estructuras de organización del conocimiento con miradas a futuro en pos de una “innovación” guiada por intereses que escapan a los desarrollos disciplinares. La innovación que solicitan ciertos estándares institucionales hegemónicos y organizados se mueven en corrientes dinámicas y un movimiento constante que no permite la estabilidad conocida por los discursos disciplinares. Esta imposibilidad que pueden establecer los límites y estructuras disciplinares también están dados por lo que Osborne (2013) denomina como “porosidad” diferencialmente inherente

dentro de disciplinas, donde la búsqueda interdisciplinaria tiene que ver con lo que dos o más disciplinas separadas pueden conseguir juntas trabajando en uno o más problemas particulares; y es lo que nos da pie a exponer lo que los autores anteriormente mencionados denominan por “interdisciplinariedad”.

Para Klein (2000) la instrumentalidad no es el único discurso de la ciencia interdisciplinaria, hay intereses epistemológicos que atraviesan preguntas tradicionales sobre el conocimiento. El discurso instrumental se encuentra guiado según un orden del día de políticas o problemas sociales exigiendo la de solución de determinado problema, pero muchas veces las disciplinas e instituciones no lo pueden abarcar. A partir de ello, tomamos a la interdisciplinariedad como un conjunto de fuerzas dinámicas para rejuvenecimiento y regeneración, presiones para cambio y la capacidad de respuesta. Podemos decir, entonces, que la instrumentalidad es un aspecto que nos permite salir del “encierro” analítico de las disciplinas a nivel teórico. Por ejemplo, en el caso del campo comunicativo, observar las prácticas y dinámicas instrumentales de diferentes teorías, invita a una profundidad analítica más interesante y rica.

Osborne (2013) comienza su texto afirmando que las disciplinas no son nómadas, existe una porosidad, en unas más que en otras; y que en las ciencias sociales, las disciplinas tienden a una mayor porosidad y hasta promiscuidad. El autor ofrece el ejemplo práctico para “moverse” interdisciplinariamente a nivel teórico en tanto producción científica de conocimientos. El “parasitismo” aparece para ser particularmente un fenómeno que ocurre dentro de las ciencias sociales, ligado a la idea de porosidad y promiscuidad de las ciencias sociales. La “caza furtiva”

menciona aventuras en otro terreno, toma lo que él o ella entiende para ser las ideas claves de aquel terreno, y entonces busca regresar estas ideas a su propia área de búsqueda. En el caso específico de la comunicación, como afirmábamos anteriormente, para dar cuenta de los solapamientos de los conceptos utilizados o el estudio de algún objeto social específico, es necesario ir “saltando” en diferentes campos analíticos que puedan aportar diversas miradas sobre lo estudiado. Para ahondar en esta idea, observamos el caso específico de las radios comunitarias, por ejemplo, que observarlas solamente desde el campo de la comunicación dejaría afuera variables de las condiciones de producción de dichas emisoras con las que no podría identificar correctamente las dinámicas con su entorno y por ende limitando un análisis a una perspectiva mediática que corre el foco de las especificidades intervinientes en estos procesos, como puede ser el trabajo comunitario del contexto, el rol sociopolítico de la radio como institución y su influencia en dinámicas de organización barrial, entre otros aspectos.

La perspectiva interdisciplinar no es la solución a todos los problemas de cerramiento disciplinar y científico. Frankman (2002) nos muestra, a partir de ejemplos empíricos, que muchas veces pueden ser las instituciones o sectores legitimados los que a partir de su cerramiento disciplinar les es imposible dar cuenta de otras variantes sumado a una necesidad de ciertas disciplinas de exigir más y mayor prestigio, aspecto que a su vez muchos académicos creerían que se pierde si se comparte la producción de ciertos saberes. Pero no hace más que dejar abiertas puertas de análisis de objetos que, en muchos casos, exceden la propia capacidad de una disciplina; además de cortar el flujo creativo a jóvenes intelectuales que a

partir de haber nacido en contextos de hiperconectividad, por ejemplo, poseen una capacidad de interconexión más fluida. Así mismo, mientras que la interdisciplina implica trasgresión, división y libertades que la disciplina como tal castiga y deja de lado, Barry & Born (2013) “interrogan” al discurso interdisciplinar en tanto transformación entre Ciencia, Tecnología y Sociedad; la necesidad de innovación en economía de conocimiento y las preguntas que se le realizan al objeto de investigación, interpelándonos como comunidad científica a ser más críticos a la hora de involucrarnos con objetos y problemáticas que referencian a nuestro entorno más cercano.

La interdisciplinariedad es útil para la generación de nuevos conocimientos, y es así como es necesario entablar una relación consciente desde los déficits que tienen nuestros propios terrenos y no simplemente desde un discurso integrador y colaborativo que pueda solapar prácticas parasitarias o intromisiones en terrenos ajenos. Involucrarse con los objetos y/o problemáticas que se investigan implica una integración más amplia de variables y de inmersión en otros campos teóricos que nos permitan, a su vez, nuevas respuestas teóricas que puedan llevarse a la práctica genuina.



## Riesgos, subalternidad y análisis para la transformación

Para continuar con la línea de análisis, nos sumergimos en la lógica interdisciplinar, dejando de lado los cierres que implican una estructura disciplinar. Para ello proponemos retomar la idea de “riesgo” en la producción científica y la categoría de “subalternidad” que nos invita a pensar las dinámicas, prácticas y funcionamientos que históricamente la disposición disciplinar no abarca. Nelkin (1998) es clave para entender la comprensión política de la ciencia y la capacidad del campo científico para poder responder cuestiones críticas con implicaciones políticas, sociales, tecnológicas y medioambientales. Los “riesgos” que acentúa la autora por los cuales en los setenta, principalmente, fueron desechados muchos trabajos orientados a debatir dinámicas en torno a lo tecnológico, social y relaciones valorativas del campo científico aún continúan en muchos campos y es un riesgo latente en toda producción de conocimiento que gira en torno a las ciencias sociales. Retomando como referencia al campo de la comunicación, creemos que son estos riesgos los que hay que correr para generar novedad en la producción de conocimiento, adentrarse a establecer conexiones, cooperativismos y cruces a nivel teórico y práctico. Un cruce que exceda la lógica disciplinar y nos empuje a nuevos análisis.

Para la construcción de un conocimiento social es necesario entablar relaciones, conexiones y cruces con métodos, reflexiones y teorías que permitan una noción más acabada. Como menciona Nelkin, estas dinámicas inciden en políticas científicas, entre otras cosas. Más específicamente, en el caso de la comunicación popular, comunitaria y alternativa; con el paso de los años y las

conexiones analíticas con casos empíricos de medios de comunicación, llevan a un nivel más complejo de relaciones que nos abre camino para reflexionar científicamente sobre dinámicas políticas, sociales y culturales, que anteriormente no se observaban salvo desde la óptica de los medios hegemónicos o de lo estrictamente mediático<sup>25</sup>. Es como podemos observar en trabajos como los de Kejval (2009), Mata (1993), López Vigil (1995) y/o Villamayor y Lamas (1998), entre otros, la necesidad de plasmar teórica y académicamente dinámicas de comunicación históricamente relegadas, como lo es lo “comunitario”, “popular” y “alternativo”, que escapan a esa lógica estrictamente mediática.

Habiendo expuesto la mirada disciplinar y la interdisciplinar, con base al campo de la Comunicación Social e inclinándonos por el análisis interdisciplinar; proponemos exponer dos perspectivas del campo comunicacional a nivel teórico que reflejan los “riesgos” que propone Nelkin. En primer lugar, las investigaciones propuestas por la *Mass Communication Research*<sup>26</sup> en relación a estudios de audiencias, publicidades o impactos mediáticos, no solamente se hacen de público conocimiento en la comunidad científica mediante el cruce de un conocimiento científico con el campo de los medios de comunicación. Esto da pie a poder estructurar dinámicas comunicacionales bajo investigaciones de por sí cerradas. ¿Qué pasa con cuestionar los medios de comunicación que son analizados? ¿Por qué la mayoría del público analizado es de clase media o media alta? ¿Qué correlación puede haber con sus dinámicas culturales? ¿Es necesario dar cuenta

---

<sup>25</sup> Hablamos de lo mediático para referirnos al análisis específico de los medios de comunicación como tal, como por ejemplo producción de mensajes, audiencias, alcance, etc. Este tipo de investigaciones pueden observarse en la perspectiva de la *Mass Communication Research*.

<sup>26</sup> Corriente nacida en los Estados Unidos a mediados del Siglo XX.

del contexto en el que se realizan las investigaciones? Son muchas preguntas que quedan prácticamente sin responder, ya que movería esa estructura que se buscaba. Pero a la vez, son preguntas que marcan esa porosidad que nos menciona Nelkin y que da pie a otras formaciones científicas. Los intereses que se buscan bajo este tipo de investigaciones no tienen como objetivo cuestionar a estos medios hegemónicos de comunicación, sino conocer su dinámica interna y operación mediática.

Por otro lugar, los Estudios Culturales Británicos, por ejemplo, van a incursionar en un campo comunicacional que se muestra heterogéneo y que ahonda en dinámicas subalternas, que no se habían cuestionado. Un campo atravesado por varias disciplinas y que se encuentra presente en todo proceso social en tanto dinámicas comunicacionales, lingüísticas y semióticas; no pudiendo encasillarse como campo disciplinar científico, sino que desde su formación, hasta hoy en día que nos encontramos bajo flujos constantes de formación heterogénea, se dificulta la investigación analítica y práctica que implique estructuras fijas y con poco margen de movimiento. Es necesario establecer un análisis de la ciencia de la comunicación desde una interdisciplinariedad que tenga en cuenta todas las variables de cruce, reflexión y cooperación disciplinar y científica que permita abarcar procesos sociales, políticos y culturales que son influenciados por procesos de comunicación. “Abrir las Ciencias Sociales” es un pie que nos da Wallerstein (2006) para reflexionar sobre el aporte interdisciplinar en estructuras disciplinares que han enmarcado la producción de conocimiento a lo largo de los años. El discurso interdisciplinar se ajusta a identidades flexibles e innovadoras ante una realidad

compleja, así como afirma Follari (2002) el discurso no es solo disciplina, sino que también crea/produce y transforma (como por ejemplo los Estudios Culturales) más allá de los límites de la disciplina.

Este tipo de desplazamientos teóricos nos invita, entre otras cosas, a retomar a las masas populares desde un papel protagónico, como afirma Fals-Borda (2009) en un avance para dar cuenta del sentido común y de las prácticas más locales como claves para entender aspectos cada vez más generales. La teoría es necesaria, sin dudas, pero ciertamente lo que nos da la pauta de una práctica y sus dinámicas, es la observación variada de las mismas. En donde, con seguridad, pueden tener puntos en común, pero las especificidades son muchas. Como ejemplo, podemos observar específicamente a los análisis que se establecen de los medios de comunicación comunitarios, populares y alternativos, que escapan a una lógica estructural de medio para empezar a visualizar las prácticas de sectores históricamente relegados y en estos casos con un empoderamiento social y político que les permite resignificar sus prácticas y su entorno.

### **Subalternidad y una mirada interdisciplinaria reivindicativa**

Si observamos nuevamente a la teoría tradicional, la misma es interesante para ubicarla desde la consolidación de estructuras hegemónicas que organizan todo aspecto de la vida social. Para ello, nos parece interesante retomar el punto en donde Castro-Gómez (2000) habla de cómo se toma a la cultura con motivo de “humanizarse” y las estructuras hegemónicas de poder llevan a establecer la “cultura alta” y la “cultura popular”. Esto llevó a múltiples lecturas y análisis académicos que observaban siempre a “lo popular” como subordinado e inferior de

otras culturas. El hecho de tomar a la cultura popular desde su propia producción y construcción, con dinámicas propias y particularidades, y no como una mera reproducción subalterna de proyecciones dominantes, es un avance para observar y analizar de manera efectiva todos los sectores de la sociedad, dejando en un costado análisis que parten de los sectores hegemónicos, “poderosos” y acomodados, para correr el eje a otras dinámicas, prácticas y significaciones.

En el momento en el que Das (2007) retoma a Antonio Gramsci en donde afirma que en la formación objetiva de los grupos sociales subalternos se ve la huella de los grupos sociales preexistentes, cuyas mentalidades, ideologías y objetivos mantienen por un tiempo; pensamos en autores como Martha Dubravic Alaiza (2002) que bajo la premisa de observar a lo popular configurado desde lo masivo, la autora acude a Gramsci con el concepto de hegemonía y el de subalternidad resumiendo todo el proceso mencionado desde Jesús Martín Barbero afirmando que: “Lo popular se configura entonces como ese lugar desde el que se hace posible históricamente abarcar y comprender el sentido que adquieren los procesos de comunicación y nos hallamos en proceso de construcción de un nuevo modelo de análisis que coloca a la cultura como mediación social y teórica de la comunicación con lo popular”. (Dubravic, 2002, p. 48). Superando la concepción purista de lo popular, se vuelve sobre dicho concepto como la construcción desde diversas disciplinas y autores. La comunicación popular se define desde la transformación social de los actores y la diversidad cultural como matriz fundamental, siendo un eje de perspectiva interdisciplinar desde el campo comunicacional.

Se puede afirmar entonces que el ejercicio de dominación discursiva y práctica es notable, pero como nos muestra Prakash (2007), no es total. Y son en esas grietas donde nos debemos ubicar para exponer campos sub alternos y de gran importancia para el devenir social de nuestro entorno más próximo, que reflejen a su vez, esa transformación de perspectiva que propone la interdisciplinariedad. Buscar e investigar los intersticios en las estructuras dominantes es clave para sacar a relucir aspectos que los discursos occidentales opacan o construyen de forma tergiversada. Como mencionamos anteriormente, los conceptos de comunicación popular, comunitaria y alternativa, sufren este mismo proceso de influencia por parte de discursividades occidentales, sin atender a contextos particulares o dinámicas locales que la practican cotidianamente.

El caso de la “comunicación alternativa” es el un claro para mostrar este proceso. La misma pareciera aún más difícil de definir que la popular y la comunitaria pero sin embargo no dependería de ninguna estructura partidaria, al menos en la visión de Mattelart (2014), sino más bien de movimientos y organizaciones civiles de izquierda alejadas de los partidos marxistas tradicionales. Es inevitable que, aunque parezca perderse la discusión sobre qué es la comunicación alternativa, el mismo intento de definirla nos lleva a tratar la cuestión sobre qué lugar y qué concepciones tiene la izquierda y el marxismo en particular sobre los medios de comunicación.

Siguiendo con la lógica de Mattelart, Simpson Grinberg (1986) en primer lugar da cuenta de dos grandes vertientes en lo que es la comunicación alternativa. La primera la define como “la comunicación alternativa como respuesta a la

estructura transnacional” (p.7), en tanto a un paradigma comunicacional alternativo en réplica a lo “intrínsecamente unidireccional y autoritario de los medios masivos” que obstaculiza los procesos democráticos y participativos de comunicación. La segunda vertiente tiene que ver con la “hegemonía de las vanguardias político-intelectuales”, exponiendo que las élites político-intelectuales denotan el saber teórico e histórico impuesto, como por ejemplo, en la teoría gramsciana antes mencionada. Otra vez, posicionando a derivados comunicacionales como respuestas a la teoría interdisciplinar.

Simpson Grinberg (Op.Cit.) posiciona a la comunicación alternativa no solamente como “un antídoto frente a las estructuras trasnacionales, sino una propuesta y un proyecto que cuestiona la concentración del poder comunicacional independientemente de las razones que aduzcan para legitimarlo” (1986, p.12). Si bien no menciona el término “contrahemonía”, como la mayoría de los autores que tratan a la comunicación alternativa, expone autores como Marx, Engels y Gramsci, entre otros, en torno a su rol intelectual de crítica a la Hegemonía, se trata de dar cuenta de la comunicación alternativa en “el ejercicio de la democracia comunicacional directa, al margen de todo control y sin necesidad de intérpretes privilegiados del sentir colectivo”. (p. 14).

La reflexión que hace Simpson Grinberg (Op.Cit.) nos parece sumamente pertinente y esclarecedora para el estudio de la comunicación alternativa en tanto “el intento de trascender los estereotipos y los tabúes que durante muchos años han constituido gravísimos obstáculos para la intelección más profunda de nuestra

realidad y para la formulación de opciones” (p.15). Seguido, el autor invita a abandonar la “fascinación por los medios masivos y las ideas acríticas acerca de su aparente omnipotencia en la formación de conciencia colectiva” (p.17). Pudiéndonos acercar a las experiencias populares propiamente dichas, sus canales y redes de comunicación, no desde la mirada cerrada y disciplinar de los medios hegemónicos, sino desde las prácticas y producciones de sentidos que pueden establecer los sectores populares históricamente relegados en el análisis teórico y en la misma producción científica.

### **Reflexiones finales**

La perspectiva interdisciplinar desarrollada a lo largo del trabajo nos facilitó una reflexión crítica y práctica sobre el campo de la comunicación y específicamente sobre lo popular, comunitario y popular. Así como ejemplos más específicos como la radio comunitaria, popular y alternativa nos permite dar cuenta de las mediaciones sociopolíticas y dinámicas comunicacionales con su entorno, que una perspectiva meramente disciplinar no podría abarcar. El campo comunicacional no alcanza para contener un análisis profundo de ese entramado mediático, social, político y cultural, es necesaria una interpelación interdisciplinar que den pie al estudio más profundo de estos objetos/problemas.

El posicionamiento teórico brevemente descrito, en relación a los autores mencionados, nos permitió exponer un desarrollo analítico y social que se corre de perspectivas disciplinares y estructuradas, para observar dimensiones anteriormente determinadas por las mismas. Lo popular y lo alternativo deja de ser, en este caso, una degradación de lo hegemónico y establecido para poder tomarse



como base de análisis hacia prácticas, dinámicas y herramientas reivindicativas de lo local y “mundano”; no como una constante resistencia, sino como una realidad que existió y existe de modo legítimo. Es decir, es necesario dar cuenta de las estructuras disciplinares y cerradas, para poder observar derivaciones del campo, que con una perspectiva interdisciplinar, pueden ser analizadas con mayor solvencia y profundidad.

Es necesario reflexionar dentro de nuestros campos disciplinares como se abordan los objetos de estudio y las variables por las que el mismo es atravesado. En el caso de la comunicación, académicamente surge desde una perspectiva interdisciplinar, que a pesar de muchos trabajos de corte estructural disciplinar, damos cuenta como es necesario establecer una perspectiva interdisciplinar para entender un fenómeno social heterogéneo, flexible y dinámico que excedan a las lógicas cerradas de análisis.

## Referencias

- Barry, A. & Born, G. (Ed.). (2013). *Interdisciplinarity: Reconfigurations of the social and natural sciences*. London: Routledge.
- Castro-Gómez, S. (Ed.). (2000). *La reestructuración de las ciencias sociales en América Latina. Simposio Internacional sobre la Reestructuración de las Ciencias Sociales en los Países Andinos*. Bogotá: Instituto Pensar.
- Das, V. (2007). La subalternidad como perspectiva. En Rivera Cusicanqui, S., y Barragan, R. (Eds.). *Debates Post Coloniales. Una introducción a los Estudios de la Subalternidad*. Bogotá: Universidad Sur-Colombiana, pp. 327 – 343.
- Dubravcic, M. (2002). *Comunicación popular: del paradigma de la dominación al de las mediaciones sociales y culturales*. Ediciones: Abya-Yala. Quito.
- Fals-Borda, O. (2009). *Como investigar la realidad para transformarla en Una sociología sentipensante para América Latina*. Bogotá: CLACSO, Bogotá.
- Follari, R. (2002). Problematizar la disciplina: Sobre la tentación totalizante en Flórez–Malagón y Carmen Millán de Benavides (Eds.), *Desafíos de la transdisciplinarietà*. Bogotá: Universidad Javeriana.\_
- Ford, A. (1994). Los medios, tráfico y accidentes transdisciplinarios. Cátedra Martini, Teorías de la Comunicación II, Carrera Ciencias de la Comunicación, Universidad de Buenos Aires.
- Frankman, M. (2002). La mente indisciplinada: la imaginación liberada en Alberto Flórez–Malagón y Carmen Millán de Benavides (eds.), *Desafíos de la transdisciplinarietà*. Bogotá: Universidad Javeriana.\_
- Habermas, J. (1981). *Teoría de la acción comunicativa I. Racionalidad de la acción y racionalización social*. España: Ed. Taurus.
- Kejval, L. (2009). Truchas. Los proyectos político-culturales de las radios comunitarias, alternativas y populares. Buenos Aires: Ed. Prometeo.
- Klein, J. (2000). A conceptual vocabulary of interdisciplinary Science. En Weingart, P., y Stehr, N. (Editores). *Practising interdisciplinarity*. Canadá: University of

Toronto.

López Vigil, J. (1995). ¿Qué hace comunitaria a una radio comunitaria? *Revista Chasqui*, Vol 1, N° 52. Ecuador.

Mata, M. (1993). La Radio: Una Relación Comunicativa. *Revista Diálogos* N° 35, Ciudad de La Plata, Argentina.

Mattelart, A. y Mattelart, M. (1997). *Historia de las teorías de la comunicación*. Buenos Aires: Ed. Paidós.

Mattelart, A. (2014). *Por una mirada-mundo. Conversaciones con Michel Sénécal. Un recorrido por la trayectoria de uno de los grandes teóricos de la comunicación y la cultura*. Barcelona: Ed: Gedisa.

Navarro Nicoletti, F. (2017). Comunicación popular, historia y medios comunitarios. *Revista Question*, Vol 1 N° 56. Universidad Nacional de La Plata.

Nelkin, D. (1998). Perspectivas sobre la evolución de los estudios de la Ciencia. En Aronowitz, S., Martinsons, B., y Menser, M. (Eds.) *Tecnociencia y cibercultura*.

*Interrelación entre cultura, tecnología y ciencia*. Buenos Aires: Paidós.

Osborne, T. (2013). Inter that Discipline! In Barry, A., & Born, G. (Eds.). *Interdisciplinarity. Reconfigurations of the social and natural sciences*. Oxon: Routledge.

Prakash, G. (2007). Los estudios de la subalternidad como crítica post-colonial. En Rivera Cusicanqui, S., & Barragan, R. (Eds.). *Debates Post Coloniales. Una introducción a los Estudios de la Subalternidad*. Bogotá: Universidad Sur-Colombiana. Schaffer, S., (2013), *How disciplines look* in Barry, A., & Born, G. (Eds.). *Interdisciplinarity. Reconfigurations of the social and natural sciences*. Oxon: Routledge.

Simpson Grimberg, M. (1986). Comunicación alternativa: tendencias de la investigación en América Latina. En Simpson Grimberg, M. *Comunicación alternativa para el cambio social*. México: Ed: Premia.

Uranga, W. (2016). *Conocer, transformar, comunicar*. Buenos Aires: Patria Grande.

Uranga, W. y Thompson, H. (2016). *La Incidencia como camino para la construcción de ciudadanía. Una propuesta para trabajar desde la comunicación*. Buenos Aires: Patria Grande.

Villamayor, C. y Lamas, E. (1998). *Gestión de la radio comunitaria y ciudadana*. AMARC.

Wallerstein, I. (Coord.). (2006). *Abrir las Ciencias Sociales. Informe para la comisión Gulbenkian para la reestructuración de las Ciencias Sociales*. México: Ed: Siglo XXI.

## Complexo antroposocial na era digital: de uma comunidade ribeirinha na Amazônia ao fenômeno tecnológico de novas redes

## Anthroposocial complex in the digital age: from a riparian community in the Amazon to the technological phenomenon of new networks

## Complejo antroposocial en la era digital: de una comunidad ribereña de la Amazonía al fenómeno tecnológico de las nuevas redes

Tatiane Rodrigues Carvalho de Oliveira<sup>27</sup>, Victor Laus-Gomes<sup>28</sup>

### Resumo

Com base nos pressupostos da complexidade, o objetivo deste artigo é refletir sobre a imbricação entre a tecnologia e as transformações das relações sociais, a fim de compreender o ambiente das novas mídias e a formação de um complexo antropossocial. Essas transformações são discutidas a partir da observação direta em uma comunidade ribeirinha da Amazônia.

### Palavras-chave

Complexidade, mídias sociais, relações sociais, interações.

<sup>27</sup> **Tatiane Rodrigues Carvalho de Oliveira (Brasil)**. e-mail: [tatiane.rco@gmail.com](mailto:tatiane.rco@gmail.com) ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5184-4874> Mestre em Comunicação e jornalista, com especialização lato sensu em Marketing e Comunicação Pública. Chefiou a Assessoria de Imprensa do banco público Caixa Econômica Federal, orientando a estratégia de comunicação da instituição e as ações regionais, com mais de 80 profissionais presentes em todo Brasil. Gerenciou uma das maiores ações de mobilização de comunicação dos últimos anos: a divulgação do pagamento das contas inativas do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS). A ação foi finalista do prêmio Madrid 2019 FUNDACOM, finalista do prêmio Lisbon Advertising Festival 2018, na categoria PR, e vencedora do prêmio ABERJE 2018, categoria relacionamento com a imprensa, etapa nacional e também vencedora na regional Centro-Oeste. O prêmio é o mais importante setorial do país e reconhece as empresas e profissionais que se destacam na comunicação brasileira.

<sup>28</sup> **Victor Laus-Gomes (Brasil)**. e-mail: [victorlaus@gmail.com](mailto:victorlaus@gmail.com) ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8497-4392> Doutor em Comunicação Social, Mestre em Administração, Master of Business Administration, Graduado em Comunicação Social. Professor e pesquisador na Universidade Católica de Brasília, nos Programas de Pós-Graduação em Comunicação e em Educação. Líder do “Núcleo de Estudos Comunicacionais de Gestão e Estratégia – Estratégia Lab”, grupo de pesquisa certificado pelo CNPq. Coordenador do projeto “A comunicação organizacional e os discursos sobre a estratégia: um estudo em textos institucionais de grandes empresas brasileiras e em notícias sobre negócios” (Chamada Universal MCTI/CNPq Nº 01/2016).

## **Resume**

Based on the assumptions of complexity, the objective of this article is to reflect on the overlap between technology and the transformations of social relations, in order to understand the environment of new media and the formation of an anthroposocial complex. These transformations are discussed based on direct observation in a riverside community in the Amazon.

## **Key words**

Complexity, social media, social relationships, interactions.

## **Resumen**

Basado en los supuestos de complejidad, el objetivo de este artículo es reflexionar sobre la superposición entre la tecnología y las transformaciones de las relaciones sociales, a fin de comprender el entorno de los nuevos medios y la formación de un complejo antroposocial. Estas transformaciones se discuten en base a la observación directa en una comunidad ribereña en la Amazonía.

## **Palabras clave**

Complejidad, redes sociales, relaciones sociales, interacciones.

## 1. Introdução

Rio Tapajós, 17 de julho de 2019. Atracamos o barco na comunidade ribeirinha de Tauari, localizada na Floresta Amazônica, no estado brasileiro do Pará. Assim que chegamos no vilarejo margeado pelo rio, encontramos uma igreja. Tiramos algumas fotos das casas, mas não vimos de imediato moradores. Logo em seguida, o senhor Gilson apareceu para nos receber na comunidade. Ele rapidamente nos identificou. Disse que havia assistido nosso grupo numa reportagem exibida na televisão local de Santarém. Estávamos fazendo uma expedição de canoagem havaiana, descendo cerca de duzentos quilômetros do Rio Tapajós, do trecho da cidade de Santarém até a cidade de Fordlândia, apoiados por um barco, onde dormíamos e comíamos. Antes de sairmos de Santarém, uma equipe de filmagem gravou os detalhes da expedição e fez algumas entrevistas com nosso grupo. A reportagem foi exibida durante cerca de cinco minutos no jornal regional. O senhor Gilson pode nos assistir na televisão porque agora sua comunidade ribeirinha tinha acesso à energia elétrica. Há cinco anos atrás, ele conta que todos os moradores viviam no escuro. Ele relembra empolgado que assistiu à primeira Copa do Mundo na cidade, em 2014. Agora, também é possível assistir aos jogos do Flamengo, seu time favorito.

Apesar disso, no dia em que desembarcamos na comunidade, eles estavam sem energia. O senhor Gilson relata que problemas de luz são bastante frequentes ali naquela região. Outros moradores que conhecemos também comemoram a

chegada da luz elétrica. No entanto, ainda não podem celebrar a chegada do acesso digital. Apenas uma casa no vilarejo possui acesso à internet.

Fotografia 1: Registro do Sr. Gilson, em imagem captada em 17 de julho de 2019, na comunidade ribeirinha Tauari (PA), durante expedição de canoagem no Rio Tapajós.



Fonte: Reinaldo, Elizabeth (2019).

De acordo com o senhor Gilson, a chegada da energia elétrica e a reivindicação de seus direitos de extração de recursos para subsistência como posseiros só foi possível pela união da comunidade por meio de uma associação de moradores, da qual ele mesmo é coordenador. Ele explica toda a situação para o



grupo com uma articulação impressionante e torce para que a chegada da internet esteja próxima e aconteça em menos de dois anos.

Tauari é uma comunidade que vive da agricultura de subsistência e da criação de animais de pequeno porte. A pesca é uma atividade comum na região pela proximidade do rio. Os moradores são considerados posseiros pelo Estado, e ao mesmo tempo que extraem recursos naturais da Floresta Amazônica para consumo próprio, cuidam da riqueza da fauna e da flora daquele local. Por isso, eles defendem que não haja nenhuma abertura das reservas para extração comercial, sob pena de ampla devastação dos recursos. Suas atividades sociais e econômicas dependem essencialmente da relação do laço social, da formação de parcerias.

A localização geográfica dessas comunidades ribeirinhas do Tapajós possuem contextos de espaços diferenciados, seja pela presença das unidades de conservação no curso do Rio Tapajós como a Reserva Extrativista Tapajós-Arapiuns (Resex) e a Floresta Nacional do Tapajós (Flona), seja pela proximidade aos centros urbanos de Santarém e Itaituba, além de alguma acessibilidade às estradas locais. As unidades de conservação têm como objetivo o uso sustentável dos recursos naturais, com manejo florestal comunitário.

Essa viagem foi uma incrível troca multicultural e observação das relações sociais nas comunidades ribeirinhas. Para se comunicar de forma eficaz, é preciso encontrar algum nível de conexão e de conhecimento comum. De acordo com Martin e Nakayama cit. por Howarth (2007, p.228), uma comunicação bem-sucedida requer “a capacidade de compreender como é colocar-se no lugar de uma outra pessoa”. Segundo os autores, quanto mais se aprende sobre os outros, mais

aprendemos sobre nós mesmos. Quanto mais experiências multiculturais vamos tendo ao longo da vida, mais vamos observando a complexidade da cultura, da diversidade.

Colocar-se no lugar do senhor Gilson ou no lugar de jovem ávido por interagir com seus amigos nas mídias sociais, ou de uma empresa que precisa se relacionar com seu público, faz parte do processo de reflexão indispensável para se compreender e empreender novas maneiras de comunicar. O desenvolvimento de novos instrumentos tecnológicos, como as mídias sociais, trouxe transformações para a sociedade, ampliando novas possibilidades de interação dos indivíduos, de organizações, da sociedade. Essas mudanças atingiram a dimensão antropológica, cultural e social, provocando um labirinto nas formas de se relacionar com o outro. As mudanças trazidas com as mídias sociais<sup>29</sup> perpassam o processo de relações sociais, que tem lugar em um ambiente virtual, eletrônico, sem espaço e tempo definido, desterritorializado, completamente diferente da realidade da comunidade ribeirinha onde vive o senhor Gilson em Tauari (PA).

Neste artigo, com base em dados coletados através da observação direta (FLICK, 2004) na comunidade ribeirinha de Tauari (PA), discutimos sobre o fenômeno das mídias sociais e a sinergia entre a tecnologia e as relações sociais. O estudo pretende responder à seguinte questão: **de que maneira as novas mídias estão transformando as relações sociais?** Nossa reflexão segue os

---

<sup>29</sup> De acordo com Recuero (2010), redes e mídias sociais são diferentes. Para ela, as redes são metáforas para grupos sociais. Já a mídia social é um conjunto de dinâmicas de criação de conteúdo, difusão de informações e trocas dentro dos grupos sociais estabelecidos da rede social. Segundo a autora, é mídia social porque permite a apropriação para a sociabilidade, a partir da construção do espaço social e da interação com outros atores. Ela é diferente porque permite essas ações de forma individual e em uma escala enorme. Trabalharemos com o conceito de Recuero para mídia social neste estudo. Disponível em [http://www.raquelrecuero.com/arquivos/midia\\_x\\_rede\\_social.html](http://www.raquelrecuero.com/arquivos/midia_x_rede_social.html) e [http://www.raquelrecuero.com/arquivos/o\\_que\\_e\\_midia\\_social.html](http://www.raquelrecuero.com/arquivos/o_que_e_midia_social.html).

pressupostos da teoria da complexidade de Edgar Morin (2000)<sup>30</sup>. Segundo o autor, a complexidade, como princípio regulador, pode ser considerada o tecido fenomenal que constitui o mundo. Para Morin (2000), a complexidade se esforça por abrir e desenvolver amplamente o diálogo entre a ordem, a desordem e a organização.

Recuero (2008)<sup>31</sup> firma que as mídias sociais são “ferramentas de comunicação que permitem emergências das redes sociais”. Segundo a autora, a mídia é social porque permite a apropriação da sociabilidade, a partir da construção do espaço social e da interação com outros atores. De acordo com a Recuero (2008), as mídias sociais também têm características específicas tais como a conversação, a diversidade dos fluxos de informação, apropriação criativa. Para Madeira e Gallucci (2009), as mídias sociais podem ser vistas como uma forma de relacionamento *on-line* onde as pessoas interagem, compartilham ideias sobre temas escolhidos e se influenciam mutuamente ao ver informações de outros usuários das mesmas redes. Lévy (2011)<sup>32</sup> denomina mídia digital o que podemos pensar como um ecossistema, como uma possibilidade de expressão pública, de interconexão sem fronteiras e de acesso à informação, sem precedente na história humana. A mídia digital se caracteriza por uma nova oportunidade de escolher as fontes de informação, um canal o qual podemos nos conectar a fontes de nossa

---

<sup>30</sup> O novo milênio trouxe à contemporaneidade o confronto dos paradigmas sociais da simplicidade e da complexidade. Segundo Morin, o paradigma da simplicidade é de ordem, já o da complexidade é de relação dialógica entre ordem, desordem e organização. Somente o pensamento complexo é capaz de reunir, contextualizar, globalizar e ao mesmo tempo capaz de conhecer o singular, o individual (Morin, 2000).

<sup>31</sup> Disponível em [http://www.raquelrecuero.com/archivos/o\\_que\\_e\\_midia\\_social.html](http://www.raquelrecuero.com/archivos/o_que_e_midia_social.html)

<sup>32</sup> Disponível em [https://techyredes.files.wordpress.com/2011/08/techyredes\\_artigo-pierre-levy1.pdf](https://techyredes.files.wordpress.com/2011/08/techyredes_artigo-pierre-levy1.pdf).

escolha e uma nova liberdade de associação no seio das comunidades, das relações pessoais ou das conversas criativas que florescem na rede.

Lévy (1999) afirma que as relações sociais são criadas por um grande número de atores humanos que, assim como vemos na comunidade ribeirinha de Tauri, inventam, produzem, utilizam e interpretam diferentes formas e técnicas. As técnicas introduzidas pelos atores sociais que promovem implicações em suas próprias relações sociais e culturais, podem, de alguma maneira, estar associadas às transformações da sociedade. Esse estudo se justifica por investigar essas transformações ocorridas nas relações sociais e interativas, que estão diretamente ligadas às transformações do processo comunicacional entre pessoas, organizações, governo, sociedade.

## **2. Interação técnica e social recursiva do homem e máquina**

A tecnologia sempre acompanhou a evolução do homem. Somos seres com capacidade cognitiva e ao longo da história procuramos a melhor maneira de ampliarmos nosso conhecimento, nossas significações e nossas representações. Na origem do instrumento estão a necessidade, a utilidade. Foi assim que fizemos surgir a linguagem, o alfabeto, a prensa tipográfica, os aparelhos de rádio, os televisores. Para Lévy (1999), é impossível separar o homem de seu ambiente material, assim como dos signos e das imagens por meio dos quais ele atribui sentido à vida e ao mundo. Da mesma forma, não podemos separar o mundo material das ideias, por meio dos quais os objetos técnicos são concebidos e utilizados. Por trás das técnicas, agem e reagem as ideias, projetos, interesses econômicos, poder, a sociedade.

Para McLuhan (1964), a tecnologia ou o meio “é a mensagem”, porque é o meio que configura e controla a proporção e a forma das ações e associações humanas. Ele exemplifica a luz elétrica como um meio de comunicação, apesar de não possuir conteúdo. Isso porque, para McLuhan, a mensagem da luz elétrica é mensagem da energia na indústria, isto é, radical, difusa, descentralizada, de maneira a eliminar os fatores do tempo e do espaço da associação humana, exatamente como fazem o rádio, o telefone, o telégrafo e a televisão. Para o senhor Gilson, com a chegada da energia elétrica à comunidade, há cinco anos atrás, foi possível associar pessoas em torno de um televisor para assistirem juntos a Copa do Mundo, levando acesso ao tempo e ao espaço daqueles jogos de futebol de 2014. Para McLuhan (1964), cada produto que molda a sociedade acaba por transpirar em todos e por todos os sentidos, configurando os meios como uma extensão do homem. Assim, no uso normal da tecnologia (de seu corpo em extensão), o homem é modificado por ela, mas, em compensação, sempre encontra novos meios de modificá-la. O mesmo acontece com as mídias sociais.

Voltemos à pré-história. De acordo com Gille cit. por Lemos (2015), os primeiros sistemas técnicos instauram-se a partir de dois motivos: a potência dos deuses e a imitação à natureza. A técnica pré-histórica nasceu com a arte, em um desvio e imitação da natureza, segundo moldes de deuses ancestrais. O modelo da técnica pré-histórica é da fase mágica e simbólica. A técnica sagrada da magia podia ser traduzida como um desejo do homem primitivo em obter respostas (Lemos, 2015). No ano de 700 a.C., uma importante invenção ocorre na Grécia: o alfabeto. Nas sociedades orais, as mensagens discursivas eram sempre concebidas

no mesmo contexto da produção. Após a escrita, os textos começam a separar o contexto vivo em que foram produzidos. É a partir do século V a.C. que a técnica vai, pouco a pouco, sendo laicizada e os filósofos pré-socráticos vão interrogar as causas da natureza. A dialógica inicia pluralidades, separações, oposições, desordem. A tecnologia começou a ser conceituada e dar a base para a construção do conhecimento e da ciência que temos hoje. Seria então possível ler uma mensagem escrita séculos antes ou redigida a alguns quilômetros de distância. No entanto, com essa técnica, o homem ocidental adquiriu o poder de agir sem participação, interação. De acordo com Castells (2012), essa invenção, embora permitisse o discurso racional, ainda separava a comunicação escrita do sistema audiovisual de símbolos e percepções, fazendo com que as imagens e os sons ficassem por muitos anos relegados ao mundo das artes.

O Renascimento retoma as rígidas barreiras de conhecimento da Idade Média e proporciona o encontro do pensamento e da técnica por meio de artistas, criadores, artesãos, inventores impulsionados pela agitação cultural. Forma-se uma dialética recursiva, um pluralismo de ideias, de pensamentos. Ao longo do século XVII, a ciência elaborava os princípios e métodos que vão construir novos paradigmas do conhecimento, liberando o saber da filosofia do controle divino e do juízo de valor. As sociedades científicas multiplicaram-se, houve a revolução industrial, a ciência instalou-se na sociedade. No século XX, ela é implantada no coração das empresas industriais e no aparelho do Estado, dominando o desenvolvimento social, econômico e técnico. A ciência tornou-se mais produtora/produto de uma dinâmica técnico-científica, sendo ela cada vez mais

produtora/produto da dinâmica sócio-histórica, numa relação recursiva. Para Morin (2011), a ciência socializou-se, industrializou-se, tecnoburocratizou-se e assim determina a realidade, a verdade e a certeza nas civilizações baseadas na técnica.

Em relação à comunicação, foi apenas no século XX, com a tecnologia do cinema e do rádio, depois da televisão, que começou a ser superada a influência alfabética. A imprensa escrita e os demais meios passaram a ser reestruturados e reorganizados em um sistema eletrônico que permitia dar acesso ao sensorial, unindo novamente imagens e sons ao processo comunicativo, entretanto ainda com baixa participação e interatividade. O sistema de televisão era considerado como meio de comunicação de massa ou grande mídia. Uma mensagem era enviada ao mesmo tempo de alguns emissores centralizados para uma audiência de milhões de espectadores (Castells, 2012). E, uma transformação tecnológica de dimensões históricas voltou a ocorrer a partir da integração de vários modos de comunicação em uma rede interativa. De acordo com Castells (2012), a formação do hipertexto e da metalinguagem passaram a integrar ao mesmo tempo as modalidades escrita, oral e audiovisual da comunicação, interagindo com pontos múltiplos e no tempo escolhido em uma rede global. Para Lemos (2015), a revolução digital implicou progressivamente a passagem dos *mass media* para formas individualizadas de produção, difusão e estoque de informação. Todo o desenvolvimento da técnica afastou o homem de sua permanência simbólica do universo e a experiência da realidade tornou-se tecnológica, permitindo escapar o tempo linear e o espaço geográfico. Entraram em jogo a telepresença, os mundos virtuais, o tempo instantâneo e controle simbólico do espaço e do tempo.

Castells (2001) afirma que as estruturas sociais se organizaram em torno das relações de produção, consumo, poder e experiências, cujas configurações espaço-temporais constituem as culturas. São promulgadas, reproduzidas e transformadas pelos atores sociais. Castells (2012) considera que uma nova economia surgiu na escala global no último quarto do século XX, com características de uma economia informacional, global e em rede. Essa nova economia surgiu porque a revolução da tecnologia de informação forneceu material indispensável para sua criação, possibilitando que a própria informação se tornasse produto do processo produtivo. Assim, as novas tecnologias agiram sobre todos os domínios da atividade humana e possibilitaram estabelecer conexões infinitas, surgindo uma economia em rede profundamente interdependente, capaz de tornar um círculo virtuoso que conduz à maior produtividade e eficiência (Castells, 2012).

Castells (2012) ressalta ainda que, embora a nova economia informacional/global/em rede seja distinta da economia industrial, ela não se opõe à lógica da última. A primeira abrange a segunda mediante o aprofundamento tecnológico, incorporando conhecimento e informação em todos os processos de produção material e distribuição. Para o autor, isso significa que à economia industrial restava se tornar informacional ou sucumbir. É importante entendermos que essa nova ordem econômica traz consigo uma mudança de comportamento na sociedade. Segundo o autor, pela primeira vez na história, a unidade básica da organização econômica não é o sujeito individual (empresário ou família empresarial), nem o coletivo como o Estado. A unidade base passa a ser a rede, formada por vários sujeitos e organizações, um fluxo contínuo de informações, que



se modificam continuamente e adaptam-se aos ambientes de apoio e às estruturas. Dessa forma, não há uma cultura de rede unificadora e nem um conjunto de instituições, uma vez que o desenvolvimento diverso da rede depende do ambiente institucional. A rede é composta de muitas culturas, valores e projetos, formando uma cultura do efêmero, uma "colcha de retalhos" de experiências e interesses, segundo Castells (2012), que a chama de cultura da virtualidade real. Para Lévy (1998), também o princípio organizador desse novo espaço é o fluxo: fluxo de energias, matérias-primas, mercadorias, capitais, mão-de-obra, informações. A riqueza passa a não ser provida do domínio das fronteiras, mas do controle de fluxos. Como a cultura é mediada e determinada pela comunicação, as próprias culturas, nossos sistemas de códigos, são transformados pelo novo sistema tecnológico e serão ainda mais com o passar do tempo. (Castells, 2012).

Entretanto, não podemos estabelecer uma relação de causa e efeito de maneira simplificadora neste trabalho. A história não constitui uma evolução linear. Para Morin (2002), a história é um complexo de ordem, desordem e de organização. Sem que exista nenhuma correlação direta entre os acontecimentos sócio-históricos e intelectuais, de uso da técnica, há um turbilhão de inter-retroações entre a efervescência, as convulsões e conflitos da história. Há aí um princípio de incerteza sociológica (Morin, 2011). Trata-se de um **complexo antropossocial**. Segundo Morin (1980), as nossas sociedades são simultaneamente ecossistemas sociais produzidos pelo jogo de interesses egoístas, competições, explorações e, paradoxalmente, há solidariedades fraternais, comunidades integradas, como as

que nos aparecem de maneira mais clara nas associações integradas na comunidade ribeirinha de acesso mais remoto em Tauari.

De acordo com Morin (2011), é a relativa autonomia das diversas instâncias da sociedade (econômica, política, social) que assegura a relativa autonomia do cognitivo, isto é, dá margem para ocorrerem as rupturas e brechas. São as condições da sociedade de pluralidade social, de comércio econômico, de dialógica política que estabelecem uma situação propícia para uma transformação. A emergência de uma técnica seria um fator de desordem sobre uma ordem já pré-estabelecida. Para Morin (2011), basta por vezes uma pequena brecha no determinismo, permitindo um desvio inovador ou provocado por abcesso de crise, para criar as condições iniciais de uma transformação que pode se tornar profunda na sociedade. Durante essa desordem, muitas adaptações culturais, transformações, inibições, complementariedade, autonomia serão desenvolvidas até que se restabeleça a sensação de ordem, possibilitando uma organização. Essas emergências e inibições tecnológicas também podem ocorrer de forma simultânea, de maneira dialógica, aumentando ainda mais a complexidade do processo de transformação. Como vimos, a rede permitiu um fluxo contínuo de informações entre sujeitos e organizações, a interação com diversas culturas e valores, uma “colcha de retalhos” de experiências e interesses. A fusão das telecomunicações, da informática, da imprensa, da televisão, do cinema em uma indústria multimídia, o estabelecimento dos fluxos de informação, da sociedade em rede e interconectada, constituem um fenômeno da revolução digital de alta complexidade, dando início ao que alguns autores chamaram de cultura virtual ou cibercultura.

### 3 Complexo antropológico das novas mídias

As novas tecnologias de informação de rede permitiram a comunicação individualizada, personalizada, bidirecional, em tempo real. Quanto mais estamos solitários, em casa, ou no trabalho, em frente a um celular ou a um computador pela internet, mais estamos acompanhados de inúmeras conexões na rede, de pessoas que estão em qualquer lugar no mundo ou em qualquer fuso horário. Isso nos conduziu à virtualização de inúmeras organizações, que se tornaram cada vez mais independentes de lugares determinados, de horários de trabalhos fixos e planejados. Assim também aconteceu com as transações econômicas e financeiras, levando o caráter virtual aos fluxos financeiros desde a invenção da moeda e dos bancos. Um tanto diferente de encontrar fisicamente o senhor Gilson na ancoragem do barco, num vilarejo de acesso físico e de rede bem mais complexo. Ele depende até hoje, por exemplo, da interação física e temporal de ir de barco até sua agência bancária na cidade de Santarém para retirada do seu benefício social, porque não possui acesso à internet.

A lógica de emissor e receptor no modelo tradicional de comunicação da realidade do senhor Gilson foi fundida, transformada. A tecnologia digital proporcionou mudanças estruturais na produção e distribuição da informação porque realizou uma ruptura no modo de conceber a informação (processo individual e microeletrônico), sem necessidade de presença física e no modo de difundir as informações (modelo todos-todos). O modelo de redes digitais se constitui uma estrutura comunicativa de livre circulação de mensagens, de recursos financeiros, disseminada de forma transversal, aleatória e associativa, gerando uma

produção e distribuição de informações de forma desordenada, multidirecional, coletiva e ao mesmo tempo personalizada.

O termo cibercultura surge associado ao surgimento da microinformática. Segundo Lévy (1998), desde os anos 1960, pioneiros haviam percebido o potencial social da comunicação por meio das redes de computadores, mas foi somente em 1980 que a comunicação informatizada emergiu como fenômeno econômico e cultural por meio de redes universitárias, redes empresariais, correios eletrônicos e comunidades virtuais se desenvolvendo sobre uma base local. No final dos anos 1980, os computadores pessoais tornavam-se mais potentes e fáceis de utilizar, dando início a um processo sem precedentes de interconexão das redes e um crescimento exponencial da comunicação informatizada (Lévy, 1998, p.12).

Lemos (2015) afirma que a cibercultura está sincronizada com a dinâmica da sociedade contemporânea, podendo ser caracterizada como cibernsocialidade. Para Lemos (2015), a cibercultura forma-se da convergência entre o social e o tecnológico por meio da inclusão dessas práticas sociais na tecnologia. A interatividade é ao mesmo tempo uma interação técnica e social do homem com a máquina. O autor cita que no caso da tecnologia digital possibilita-se ao usuário interagir não mais somente com o objeto, mas com a informação, com o conteúdo. A relação sujeito-objeto (homem-máquina) passa a não ser somente passiva e torna-se ativa, sem a necessidade de presença corporal e é sempre fundamentada em uma ordem simbólica, como aliás acontece em toda e qualquer interação.

Castells (2012) afirma que não está claro o grau de sociabilidade e quais as consequências culturais dessas novas formas de sociabilidade. A dúvida é se a

internet favorece a criação de novas comunidades, ou, pelo contrário, está induzindo o isolamento pessoal, cortando os laços das pessoas com a sociedade, com o mundo “real”. Maffesoli (2010) cita o tempo das tribos, sejam elas sexuais, musicais, religiosas, esportivas, culturais ou políticas, que se caracterizam pelo motivo de celebração do estar-junto, de ter a emoção compartilhada e o sentimento de pertencimento. É assim que o corpo social vai se fragmentando em pequenos corpos tribais em uma espécie de solidariedade orgânica. Para Maffesoli (2010), ainda, sites e comunidades como *Myspace* e *Facebook*, entre outros, permitem ao internauta tecer vínculos, trocar ideias e sentimentos, paixões, emoções e fantasias, definindo uma “vida comunitária”.

Para Wolton (2003), com a internet, entramos na era das solidões interativas. Em uma sociedade na qual os indivíduos estão liberados, sem regras e obrigações, como é o ambiente digital, a prova da solidão é real. Pode-se ser um excelente internauta e influenciador, no entanto, pode-se ter dificuldades para estabelecer um diálogo com um vizinho em um cibercafé. Para Wolton (*idem*), todas as competências diante da técnica definitivamente não induzem uma competência nas relações humanas. Ao simbolizar a liberdade e a capacidade de dominar o espaço e o tempo, as novas mídias transmitem uma sensação de ordem, de que podemos nos comunicar melhor com a tecnologia. No entanto, para Wolton (2003), trata-se de um sofismo sedutor, uma hipótese falsa. A história prova que o sonho dos homens é diminuir a defasagem e a utopia da tecnologia faz crer que isso é possível. Entretanto, as novas tecnologias não anulam a defasagem, que é a fonte de liberdade humana e social em toda situação de comunicação.

Segundo Recuero (2009), a comunidade virtual é um conjunto de atores e suas relações que, através da interação social em um determinado espaço, constitui laços e capital social através do tempo, associado a um tipo de pertencimento. De acordo com a autora, pode-se dizer que o conceito de comunidade virtual é amplo e complexo, uma tentativa de explicar agrupamentos sociais surgidos no ciberespaço, uma forma de entender a mudança da sociabilidade através da comunicação mediada por computador. Ela enfatiza que essa agregação, essa sociabilização possui um limite físico, aquele da capacidade de investimento dos atores sociais e das conexões da rede.

De acordo com Lévy (1999), uma comunidade virtual é construída sobre afinidade de interesses, de conhecimentos, sobre projetos mútuos, independentemente das proximidades geográfica ou institucionais. Para o autor, as relações *on-line*, apesar da não-presença física, não excluem emoções. Além disso, nem a responsabilidade individual nem a opinião pública desaparecem no ciberespaço. Ele ainda afirma que a moral implícita na comunidade virtual é a reciprocidade. E a recompensa (simbólica) vem, então, da reputação de competência que é constituída a longo prazo na "opinião pública" da realidade virtual. Segundo Lévy (1999), a vida de uma comunidade virtual raramente transcorre sem conflitos. Por outro lado, afinidades, alianças intelectuais e até mesmo amizades podem se desenvolver nos grupos de discussão. Para os participantes, os outros membros das comunidades virtuais são o mais humanos possível, pois seu estilo de escrita e zonas de competências deixam transparecer suas personalidades. Para o autor, as manipulações e enganações sempre são

possíveis nas comunidades virtuais, assim como o são em qualquer outro lugar. Dessa forma, o apetite para as comunidades virtuais encontra como um ideal de relação humana desterritorializada, transversal e livre. Para Lévy (1998), a economia da cibercultura gira em torno de um irreduzível: a produção do laço social, do “relacional”. Para ele, escasseia-se a instrumentalização ampliada, os que fabricam coisas, porque as redes de comunicação realizarão sozinhas a maior parte das tarefas. Sobressaltam-se as características humanas, não-automatizáveis como a relação, a interação, a invenção, que são características coletivas.

Castells (2012) faz uma distinção da interação entre laços fracos e laços fortes. A rede é especialmente apropriada para a geração de laços fracos múltiplos, que são úteis no fornecimento de informações e na abertura de novas oportunidades a baixo custo para as empresas, principalmente. Facilitam a interação de pessoas com diversas características sociais, expandindo a sociabilidade. Nesse sentido, a internet pode contribuir para a expansão dos vínculos sociais em uma sociedade que parece estar passando por uma individualização e ruptura cívica. Para o autor, a comunicação *on-line* incentiva mesmo discussões desinibidas, permitindo mais sinceridade. O preço, segundo o autor, é o alto índice de mortalidade de amizades nesse ambiente, pois um palpite infeliz pode ser sancionado pelo clique de desconexão, que pode ser eterna.

Apesar de não possuir presença física, as comunidades virtuais não são "irreais" e funcionam em outro plano da realidade, num campo simbólico, mágico, virtual. Como vimos em Castells (2012) e Lemos (2015) elas são baseadas fortemente na criação de laços fracos, são diversificadas, especializadas, como

tribos contemporâneas de Maffesoli e possuem sua própria dinâmica. Possuem características diferenciadas em relação ao espaço e tempo, e reforçam uma tendência que Castells (2012) cita como “privatização da sociabilidade”, isto é, funcionam como reconstrução ao redor do indivíduo. O homem em um show de rock não somente assiste e aproveita sua experiência real. Ele lança momentos do show no ambiente das redes a fim de compartilhar sua experiência social privada aos seus vínculos cibernéticos que se encontram no campo mágico das comunidades a que se vincula.

Retomando todos os pontos abordados até aqui, podemos perceber que as novas mídias realizam um processo de interação social sem a co-presença entre homem-máquina. Baseadas na imaginação, de maneira simbólica, em uma relação recursiva social com a tecnologia, que não depende de lugar, tempo, forma e conteúdo, promovem interações de laços fracos, diversificadas, mais fluidas, mais voláteis e projetam a sociabilidade por meio das simulações de experiências, do envolvimento da mágica do mundo virtual. Lemos (2015) ressalta que o ciberespaço é que radicaliza e torna mais visível a ambiguidade que caracteriza o fenômeno técnico dos processos que circulam no natural e no artificial. Ou seja, do real/virtual, do técnico/simbólico, racional/mágico, deixando o ambiente da interação da não-presença mais evidente e também mais reforçado pela **conexão simbólica**.

De acordo com Morin (2002), a relação com o outro comporta ao mesmo tempo estranheza e similitude. O fechamento egocêntrico torna o outro estranho para nós. A abertura altruísta o torna simpático. O sujeito é ao mesmo tempo fechado e aberto. A relação com o outro está na origem, mesmo no caso das



situações de maior acesso remoto no mundo. No caso do senhor Gilson, com a presença do outro, ele não sabe como será sua relação. Ele tem seu egocentrismo e seus interesses, mas também estará aberto para o altruísmo. Para pacificar, ele tentará ir na direção da amizade ou da formulação da simpatia, mas, de acordo com Morin (2002), também estará pronto para a hostilidade, para fugir, para atacar. O outro é virtual em cada um e deve atualizar-se para que cada um se torne si mesmo, de acordo com Morin (2002). Paradoxalmente, o princípio de inclusão, do amor, é necessário ao princípio da exclusão. Nas mídias sociais estamos diante dessa relação ambivalente de fechamento/abertura com o outro, que é virtual e atualizável em cada um, estamos diante do desconhecido, de uma máquina. E como estabelecemos relações com esse ambiente incerto, inseguro, desconhecido, multidirecional?

Pensando na complexidade, as noções de ser (processo sociocultural) e de máquina são confundidas. Para Morin (2012), a vida de um ser também funciona como uma máquina porque a dimensão cognitiva da computação está indiferenciada do ser vivo. Na computação cerebral realizam-se operações, bem como as operações de uma máquina. Ocorrem associações, relações, e também separações, dissociações e isolamentos. Assim são nossas relações. Assim são as relações das máquinas. A diferença radical é que os computadores não possuem memória biológica e cultural, como no ser humano em que há intro-retroações dialógicas de origem sociocultural, complementares, concorrentes e antagônicas.

Segundo Morin (2012), diante dessa complexidade cerebral, a representação se configura como um produto da computação e pode ser

considerada como uma construção “simuladora” de um análogo mental “apresentando” e “tornando presente” o mundo exterior captado pelo sentido. A representação é acompanhada por palavras e ideias e forma uma imagem. Também é dotada de qualidades como a globalidade, coerência, constância e estabilidade, promovendo a noção de um mundo estável, coerente e constante que está sujeita a ordem/desordem com as associações, relações, separações e dissociações. Assim, ela constitui um ciclo perceptivo, sendo construção e tradução, ao mesmo tempo.

Dessa maneira, podemos observar que no, complexo antropossocial, o homem, com sua computação cerebral, faz constantes operações de associações e dissociações, por meio das suas operações de interações, das relações sociais. Os processos cognitivos são produtores e produtos da atividade hipercomplexa do cérebro que computa de maneira informacional/representacional, digital/analógica. Segundo Morin (2012), esses processos tendem a construir traduções perceptivas. Ocorre que nas mídias sociais esse complexo antropossocial acontece de maneira simulada, apresentando e tornando presente para o outro e para o mundo a captação do sentido num ambiente que não possui território fixo ou tempo definido como no caso do senhor Gilson. Isso ocorre por meio de palavras, imagens, ideias com a sensação de coerência e de constância, de estabilidade, permitindo uma ideia de ordem e constituindo um ciclo perceptivo para o outro no ambiente digital. Imitamos o real, as relações sociais, os laços; simulamos, produzimos representações dos seres, das coisas, que, projetadas no mundo digital e virtual, identificam-se à realidade que percebemos. A representação pode ser confundida

com a coisa representada. A simulação nas mídias sociais das relações, dos laços sociais, das experiências afetivas nos leva à substancialização da representação e uma tendência à projeção/identificação, com uma relação ambivalente de egocentrismo/simpatia e abertura/fechamento de concepção una e dupla do homem/máquina.

#### 4 Considerações finais

Ao apontarmos inicialmente o olhar para a comunidade do senhor Gilson, quisemos mostrar a experiência social com o outro de maneira mais genuína e multicultural possível. Na comunidade em que vive, de acesso difícil, a energia elétrica e o aparelho televisor possuem data recente. As mídias sociais ainda não estão presentes naquela realidade. Ali, naquele local, outras formas de associação, de fechamentos e aberturas, de egocentrismos e de simpatias são desenvolvidas, no esforço para se construir relações em um processo de projeção/identificação do ser com o outro.

Com o avanço das novas mídias, não é possível pensar em associações, relações, separações e dissociações, exatamente como observamos fisicamente na comunidade do senhor Gilson. As mídias sociais efetivamente constroem e constituem novas formas de espaços, tempos, relações sociais por meio de um ambiente de não-presença física, dos vínculos cibernéticos, das associações virtuais. O ciberespaço promove novas formas de relações institucionais para as pessoas, empresas, empregados, minorias e produz novas formas de apreensão de experiências pessoais e sociais, novas dimensões de uso da tecnologia, da sociedade, da cultura.

Ao longo deste artigo, vimos que no ambiente das mídias sociais, no ciberespaço das comunidades e agregações sociais, somos tomados pelo complexo. Com a comunicação mediada pela internet, as pessoas vêm buscando novas formas de se conectar, se entrosar, criar laços, ampliar seus vínculos sociais, em um espaço desterritorializado e assíncrono. A estrutura das novas mídias possui suas fragilidades, laços fracos, diversificados, uma vez que apostam no efeito curto, rápido da mensagem. Ter um perfil em uma comunidade virtual não é necessariamente garantia de ampliação e geração de vínculos e laços sociais. O fato de um jovem ser completamente popular em uma comunidade virtual não o faz o mais popular da escola, por exemplo, assim como uma empresa. Os vínculos gerados no ambiente virtual são dispersos, não localizados no tempo e no espaço, se intensificam com a complementariedade de vínculo da co-presença.

Diante dessa dispersão, da desterritorialização e fluidez das relações do ambiente virtual, os sintomas de falta de filiação social parecem ser algumas das características comuns nesses tempos de profundas transformações. As associações virtuais fornecem, então, uma sensação de ordem, de agregação, de pertencimento, de território, de reforço de vínculos sociais, filiação social, por meio de tribos, de identidade. Um sentido identificatório, simbólico e conectado, que nunca para.

O objetivo deste estudo foi de permitir uma reflexão sobre a imbricação do fenômeno tecnológico e das transformações das relações sociais a fim de compreendermos o ambiente das novas mídias e a comunicação ali existente na formação de um **complexo antropossocial**. Em uma primeira etapa, observamos

que não há relação simplificadora no processo indivíduo-cultura-sociedade-  
tecnologia. Há um turbilhão de acontecimentos de inter-retroações que provocam  
emergências e incertezas e que, de alguma maneira, possibilitam a desordem,  
permitem um desvio inovador, a ruptura de fenômenos tecnológicos, culturais e  
sociais de uma ordem já pré-estabelecida. Dessa maneira, segundo Morin (2002), a  
sociedade não pode ser guiada pelo e para o progresso, ela é movida pelas  
dialógicas próprias à trindade humana composta por indivíduo-sociedade-espécie. A  
revolução digital em curso foi uma fusão de acontecimentos históricos, econômicos  
e sociais que permitiram o início de um fluxo contínuo de informações entre sujeitos  
e organizações e está sujeita a transformações a todo o momento, tendo em vista a  
nossa relação recursiva com a tecnologia, em que a sociedade tornou-se cada vez  
mais produtora/produto de uma dinâmica técnico-científica, sendo mais  
produtora/produto da dinâmica sócio-histórica.

Em um segundo momento, observamos as transformações nesse **complexo antropossocial**:

- √ - da relação emissor/receptor para uma comunicação todos-todos;
- √ - da projeção da sociabilidade por meio das simulações de experiências, da  
mágica do mundo virtual;
- √ - da realização de um processo de interação social sem co-presença,  
baseado na relação entre homem-máquina, de imaginação, de maneira  
simbólica, de forma recursiva que não depende de lugar, tempo, forma e  
conteúdo;

√ - do ambiente virtual, ou ciberespaço, que é transversal, hipertextual, multimedia, multidirecional, baseado em fluxos da rede.

As relações sociais com a comunicação em rede, pelas mídias sociais, fazem-nos voltar a uma interação com a técnica próxima a que tínhamos na pré-história. O ser humano não vive só da racionalidade e de instrumentos. O homem imita a natureza, em contato com a arte, com a simbologia, que participa e interage, antes do sistema racional trazido com o alfabeto. As relações sociais também acontecem como um meio de estabelecer um conjunto mais amplo de vínculos e associações simbólicas, com fluidez, liberdade e criatividade da manipulação técnica e artística das imagens que **imitam** o real. O pensamento moderno, quase exclusivamente calcado na simplificação empírico/lógico/racional, volta-se para uma imbricação com o pensamento simbólico/mitológico/mágico, com os dois modos coexistindo de maneira una e dupla, deixando o ambiente da interação da não-presença mais evidente e também mais reforçado pela **conexão simbólica**.

Observamos a formação do complexo antropossocial: o homem, com sua computação cerebral, faz constantes operações de associações e dissociações, por meio das suas interações. Nas novas mídias, esse complexo antropossocial ocorre de maneira simulada, apresentando e tornando presente para o outro e para o mundo a captação do sentido num ambiente que não possui território fixo ou tempo definido.

A experiência social torna-se digital em uma rede composta por muitas culturas, valores e projetos, em um complexo antropossocial entre o

homem/máquina, alimentando de maneira recursiva nossa relação com a técnica. Quanto mais interagimos com por esse tipo de relação simulada, representada, imaginada, mais a desejamos. As relações sociais que deveriam existir pelas associações, pelo coletivo, como as relações que acontecem em Tauari, passam a ser realizadas de maneira simbólica, em agregações por meio de representações virtuais no ciberespaço.

A projeção/identificação que observamos na relação do ser e o outro (na comunidade do senhor Gilson), passa a ser realizada dentro meio do ambiente digital. A simulação, a representação no ambiente digital é a própria relação social, que é projetada, virtualizada, atualizável e reflexiva. Na simulação da relação social, tentamos projetar/identificar, fazer fechamentos/aberturas, emitir sinais e sensibilidades como amor, simpatia, ameaça, intimidação, assim como fazemos nas relações físicas. Mas elas são refletidas pelo ambiente digital no outro, que está também simulando, representando sua relação. Podemos entender que o ambiente digital separa e dissocia, ao mesmo tempo em que agrupa e associa o ser pelos fluxos de rede. É um ambiente que permite a sensação de ordem, de coerência e estabilidade, complementariedade, solidariedade, mas é, ao mesmo tempo, desordem, concorrência e antagonismo. O homem se mostra como um centro isolado pelas representações dos fluxos da rede e ao mesmo tempo é o centro da comunicação, da relação social simulada, de uma conexão simbólica. Dessa maneira, traz consigo a incerteza sociológica.

Assim como o homem percebe essa incerteza, a desordem de suas relações, também acontece com as organizações empresariais, o governo, a sociedade, todo

o ecossistema social, o complexo antropossocial. Pode-se interagir em qualquer lugar no espaço e no tempo com essa conexão simbólica refletida, mas essas relações conseguem representar e simular as aberturas de simpatia que geram o amor, a poesia da vida? Viver poeticamente, para Morin (2002), significa viver intensamente a vida, viver de comunhão, viver de comunidade, viver de jogo, viver de estética, de conhecimento, de afetividade e de racionalidade, finalidades da trindade humana indivíduo-espécie-sociedade.



## Referências

- Castells, M. (2012). *A sociedade em rede*. Volume I. São Paulo: Editora Paz e Terra.
- Castells, M. Materiales para una teoría preliminar sobre la sociedades de redes. *Revista Educación*, 2001, p. 41-58. Disponível em: [https://www.mecd.gob.es/revista-de-educacion/numeros-revista-educacion/numeros-anteriores/2001/re2001/re2001\\_04.html](https://www.mecd.gob.es/revista-de-educacion/numeros-revista-educacion/numeros-anteriores/2001/re2001/re2001_04.html)
- Flick, U. (2004). *Uma introdução à pesquisa qualitativa*. Porto Alegre: Bookman.
- Howarth, C. (2017). Representações, Identidade e Resistência na comunicação. In: Hook, D., Franks, B., Bauer, M. (Orgs.). *A Psicologia Social da Comunicação*. Petrópolis, RJ: Editora Vozes.
- Madeira, C., Gallucci, L. (2009). Mídias sociais, Redes Sociais e sua importância para as empresas no início do século XXI. *Intercom, XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. Curitiba.
- Maffesoli, M. (2010). *Apocalipse: opinião pública e opinião publicada*. Porto Alegre: Sulina.
- McLuhan, M. (1964). *Os meios de comunicação como extensões do homem*. São Paulo: Editora Pensamento Cultrix.
- Morin, E. (1980). *O Método 2: A vida da vida*. Portugal: Publicações Europa-America Ltda.
- Morin, E. (2000). *Ciência com consciência*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.
- Morin, Edgar. (2002). *O Método 5: A humanidade da humanidade*. Porto Alegre: Sulina.
- Morin, E. (2011). *O Método 4. Método 4: As ideias, habitat, vida, costumes, organização*. Porto Alegre: Sulina.
- Morin, E. (2012). *O Método 3. O conhecimento do conhecimento*. Portugal: Publicações Europa-America Ltda.
- Lemos, A. (2015). *Cibercultura.: tecnologia e vida social na cultura contemporânea*. Porto Alegre: Sulina.
- Lévy, P. (1998). *A inteligência coletiva*. São Paulo: Edições Loyola.

- Lévy, P. (1999). *Cibercultura*. São Paulo: Editora 34.
- Lévy, P. (2011). *O que é virtual? (2ª ed.)*. São Paulo: Editora 34.
- Lévy, P. Big Data e a próxima revolução científica. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=W5hlcxKPVRw>.
- Recuero, R. (2009). *Redes Sociais na internet*. Porto Alegre: Sulina.
- Recuero, R. *O que é mídia social?* Disponível em [http://www.raquelrecuero.com/arquivos/o\\_que\\_e\\_midia\\_social.html](http://www.raquelrecuero.com/arquivos/o_que_e_midia_social.html).
- Recuero, R. *Mídia social x Rede social*. Disponível em [http://www.raquelrecuero.com/arquivos/midia\\_x\\_rede\\_social.html](http://www.raquelrecuero.com/arquivos/midia_x_rede_social.html)
- Techyredes. **A esfera pública do século XXI. A mídia digital**. Disponível em [https://techyredes.files.wordpress.com/2011/08/techyredes\\_artigo-pierre-avy1.pdf](https://techyredes.files.wordpress.com/2011/08/techyredes_artigo-pierre-avy1.pdf)
- Wolton, D. (2003). *Internet, e depois?* Porto Alegre: Sulina.

## Lista de ilustrações

- Fotografia 1. Registro do Senhor Gilson, em imagem captada em 17 de julho de 2019, na comunidade ribeirinha de Tauari (PA), durante expedição de canoagem no Rio Tapajós.....3

## Encuadres noticiosos en la cobertura de primeras damas: aportes teóricos y metodológicos

## News frames in the coverage of first ladies: theoretical and methodological contributions

## Quadros de notícias na cobertura de primeiras-damas: contribuições teóricas e metodológicas

Edrei Álvarez-Monsiváis<sup>33</sup>

### Resumen

El trabajo presenta una propuesta teórico-metodológica con base en seis encuadres noticiosos para el análisis del tratamiento informativo hacia primeras damas. Se concluye que los medios están en una disyuntiva entre abordarlas tradicionalmente en su papel de mujer o a través de su figura política.

### Palabras clave

Encuadres noticiosos, primeras damas, comunicación política, modelo del encuadre noticioso

### Abstract

This study presents a theoretical-methodological proposal based on six news frames for the analysis of the informative treatment towards first ladies. It is concluded that the media are in a dilemma between cover them in their role as women or through

---

<sup>33</sup> Edrei Álvarez-Monsiváis (México). [edrei.alvarez@gmail.com](mailto:edrei.alvarez@gmail.com) ORCID <https://orcid.org/0000-0003-2779-2012> Cursa el Doctorado en Estudios Humanísticos en el Tecnológico de Monterrey, campus Monterrey (ITESM). Es maestro en Estudios Humanísticos (2016) y Licenciado en Periodismo y Medios de Información (2014) por la misma institución. Además, cuenta con estudios en el Máster en Estudios Interdisciplinarios de Género de la Universidad Autónoma de Madrid (UAM). Sus trabajos están relacionados en el campo de la comunicación política, principalmente en el tratamiento informativo hacia mujeres políticas.

their political figure.

### **Keywords**

News frames, first ladies, political communication, framing.

### **Resumo**

O artigo apresenta uma proposta teórico e metodológica baseada em seis quadros de notícias para a análise do tratamento informativo para as primeiras-damas. A conclusão é que os meios de comunicação estão em um dilema entre cobrir as primeiras-damas em seu papel de mulheres ou através de sua figura política.

### **Palavras chave**

Quadros de notícias, primeiras-damas, comunicação política, enquadramento

## 1. Introducción

Rosebush (1988) indica que el término **Primera Dama** fue utilizado por primera vez por la periodista Mary Clemmer Ammes, en 1877, en referencia a Lucy Webb Hayes. Sin embargo, el término ha resultado más protocolar que oficial ya que sus funciones son indeterminadas, de tal manera que “una primera dama está disponible para escribir su propia descripción del trabajo”. (p.16).

No obstante, de lo que sí hay razón es que se trata de una posición que exhibe en la arena pública lo que Goffman (1979) señala como demostraciones de género, es decir, manifestaciones femeninas que se traducen en abrazar a ciudadanos, permanecer en bajo perfil, obedecer órdenes ejecutivas y demostrar su rol materno. De este modo, las actitudes de las cónyuges presidenciales estarán influenciadas por los roles actuales que debe cumplir una mujer en la sociedad.

Dichos papeles tienen que ver con el *ser para otros* que se espera de las mujeres, lo cual las vincula con actividades caritativas y familiares. En ese sentido, las primeras damas de algunos países latinoamericanos han accedido a realizar proyectos de apoyo a la niñez y la familia, como son los casos de Ecuador con el Instituto Nacional de la Niñez y Familia, Guatemala a través de la Secretaria de Obras Sociales de la Esposa del Presidente (SOSEP), México por medio de la dirección del Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia (SNDIF) y la Fundación por los Niños del Perú.

En el caso de Chile, se ocupan de tópicos relacionados con la cultura, en tanto que son encargadas de la Dirección del Área Sociocultural de la Presidencia. Países como Costa Rica, Ecuador y Panamá no tienen funciones específicas, pero

sí ocupan una oficina en Presidencia para los fines que persiga la cónyuge en turno. República Dominicana y Paraguay son los únicos países latinoamericanos que por decreto han hecho de la figura conyugal presidencial un cargo oficial, a través de un despacho u oficina con una partida presupuestal que incluye honorarios y fondos para proyectos.

En los demás países latinos, se trata de un cargo protocolar que puede o no generar proyectos. Así, es recurrente ver la imagen de una primera dama en visitas de Estado y su asistencia en cumbres. Un ejemplo palpable es la cumbre del G20, en la cual participan Argentina, Brasil y México, donde se ha hecho habitual reunir a las parejas de los mandatarios para realizar una fotografía oficial.

En este sentido, el interés por investigar el papel de las primeras damas adquiere importancia en tanto se trata de una figura mediáticamente expuesta a escrutinio, ya sea por dirigir un organismo como por acompañar a su esposo. De igual manera, estudiar la personalidad, funciones y espacios en los que se desenvuelve una primera dama permite analizar una de las narrativas de cómo debe ser el comportamiento de una mujer ejemplar en su país de origen.

En la tabla 1 se concentran las actuales primeras damas de 19 países latinoamericanos. Es posible reparar en que ellas tenían diferentes ocupaciones antes de llegar al puesto protocolar, desde la dedicación al hogar hasta puestos empresariales y políticos. Lo anterior ocurre porque no es un requisito poseer ciertas credenciales para desempeñar el puesto. Sin embargo, esta posición ha generado potenciales figuras políticas. En este escenario, las ex primeras damas Margarita Penón (1993) en Costa Rica, Mireya Moscoso (1999) en Panamá, Nora

Gúnera (1997) y Xiomara Castro (2013) en Honduras, Margarita Zavala en México (2018) y las guatemaltecas Patricia Escobar (2011) y Sandra Torres (2015, 2019) han buscado la presidencia de su país en al menos una ocasión. Este fenómeno político justifica la exploración de las cónyuges presidenciales, debido a que, durante su tiempo como primeras damas, pueden mostrarse aspiraciones por cargos políticos.

Tabla 1. Primeras damas en América Latina

<b>País</b>	<b>Periodo</b>	<b>Primera Dama</b>	<b>Ocupación</b>
Argentina	2015-	María Juliana Awada	Empresaria textil
Bolivia	2006-	Evaliz Morales Alvarado (hija)	Estudiante
Brasil	2018-	Michelle de Paula Firmo Reinaldo	Activismo religioso
Chile	2018-	María Cecilia Morel Montes	Trabajadora social
Colombia	2018-	María Juliana Ruíz Sandoval	Abogada
Costa Rica	2018-	Claudia Vanessa Dobles Camargo	Arquitecta
Ecuador	2017-	Rocío González Navas	Empresaria
El Salvador	2019-	Gabriela Rodríguez	Educadora
Guatemala	2016-	Hilda Patricia Marroquín Argueta	Ama de casa
Haití	2017-	Martine Marie Étienne Joseph	Ama de casa
Honduras	2014-	Ana Rosalinda García Carías	Abogada
México	2018-	Beatriz Gutiérrez Müller	Escritora
Nicaragua	2007-	Rosario María Murillo Zambrana	Política
Panamá	2019-	Yazmín Colón	Ama de casa
Paraguay	2018-	Silvana López Moreira Bo	Empresaria
Perú	2018-	Maribel Carmen Díaz Cabello	Maestra
Rep. Dominicana	2012-	Cándida Montilla Espinal	Psicóloga

Uruguay	2015-19	María Auxiliadora Delgado San Martín	Obrera
Venezuela	2013-	Cilia Adela Gavidia Flores	Política

Fuente: Elaboración propia

Nota: Se incluyen 19 países latinoamericanos independientes y con votación directa para el presidente de su país. Escenario hasta agosto de 2019.

En comunicación política, las investigaciones acerca de la representación de primeras damas concluyen en que se trata una figura estratégica para la imagen pública los presidentes. VanHorn (2010) afirma que los mandatarios utilizan a sus *sustitutos (surrogates)*, como lo son sus hijos o esposa, para incrementar su credibilidad y mostrar su lado humano. De esta manera, mientras que los jefes de Estado se encargan de asuntos gubernamentales, su familia muestra el entorno personal que lo rodea en orden de conocer sus atributos humanos.

El presente trabajo tiene la intención de ofrecer apuntes teóricos y metodológicos sobre el tratamiento informativo de primeras damas. Para ello, en primera instancia se presenta un modelo de encuadres noticiosos basado en la clasificación Winfield (1997), el cual es ampliado a través de investigaciones sobre cuáles son las funciones públicas que debe cumplir una cónyuge presidencial. Después, se exponen antecedentes de investigación sobre el tratamiento informativo de primeras damas y sus principales hallazgos.

Finalmente, de manera deductiva se propone un modelo metodológico que concilie criterios entre los trabajos expuestos y que funcione como piedra angular de análisis para estudios posteriores sobre el abordaje periodístico que reciben estas



figuras políticas.

## **2. Apuntes teóricos sobre los encuadres noticiosos en el tratamiento informativo de primeras damas**

Betty Winfield (1997) encontró que la prensa suele definir a una Primera Dama en términos de lo que una mujer debe representar de acuerdo con las normas sociales. La investigadora elaboró cinco encuadres desde los cuáles es posible estudiar la cobertura mediática de la cónyuge del mandatario. Las clasificó en características *tradicionales* y *no tradicionales*. En las primeras, la mujer puede ser abordada como acompañante presidencial, lideresa de protocolos sociales y como caritativa. Mientras que en las *no tradicionales* ubica las situaciones en las que participan de manera más ejecutiva, bien sea como elaboradora de leyes o asesora política.

A continuación, se presentan estos cinco encuadres a los cuales se les añadió el encuadre de celebridad. Para ahondar en cada uno, se clasificó en ellos los trabajos teóricos que han abordado cuáles son las funciones que han desempeñado las primeras damas a lo largo de la historia.

### **1.1 Escolta presidencial**

El primer encuadre, de acuerdo con Winfield (1997), se trata de aquel en el que la cobertura se centra en la actividad que la mujer realiza junto con su esposo, el cual puede ser mero acompañamiento, defensa de sus ideas o, como plantea Kellerman (1978), de *apoyo moral*.

Watson (1997) describe como una de las funciones de la Primera Dama el ser soporte de su marido de manera que construyan y representen el modelo ideal

de una *esposa, madre y compañera* ante el ojo público. Se trata, entonces, de una categoría donde no está marcada su individualidad, sino un paquete de la pareja presidencial.

Para Wekkin (2000), las primeras damas funcionan como meras *conscriptas* del cargo que ocupan, esto es, solo son presentadas ante el público como acompañantes, pero también realizan el papel de *escudo* de sus esposos, en tanto su posición es la de estar involucrada como una ayudante activa y velar por la seguridad de su esposo. Borrelli (2002) coincide con lo anterior al describir que realizan la función de protectora, la cual se hace evidente al preocuparse por la salud y bienestar del presidente y equilibrar el trabajo de este y su vida familiar.

De acuerdo con Winfield y Friedman (2003), durante las candidaturas presidenciales, las esposas funcionan como un brazo más para esparcir las propuestas. De esta manera, se pueden presentar como defensoras y abogadas cuando hablan en nombre de sus cónyuges, pero también realizan un sacrificio ya que estas deben abandonar proyectos profesionales y sus propias ideas políticas para centrarse en la campaña de su marido.

En el trabajo de Erickson y Thomson (2012) se explica que, así como tradicionalmente se le otorga la administración del hogar por ser mujer, una primera dama se encarga de administrar la credibilidad y reputación de esposo a través de seducir audiencias, promover la agenda política de su marido, acompañarlo a eventos, humanizarlo y dar la cara por este cuando sea necesario.

En la tabla 2 se encuentran englobadas las ocupaciones que antes de ser primeras damas tenían las esposas de 77 mandatarios desde el año 2000 en 19

países latinoamericanos. Debido a que las escoltas presidenciales representan su papel tradicional como *mujeres* (Widlak et al., 2016), el perfil que más empata con esta categoría es el de hogar y trabajos manuales (16%), el cual corresponde a la segunda ocupación más concurrida. De esta forma, las mujeres clasificadas en este encuadre tienen un bajo o un nulo perfil político y están proyectadas a través de sus cualidades de madres y amas de casa, solo que en esta ocasión realizan el papel de *madres de la nación*. (van Wyk, 2017).

## 2.2 Anfitriona de la nación

Si bien el rol de una Primera Dama no está definido legalmente, sí se alimenta de constructos sociales sobre el papel de la mujer en la casa. En ese sentido, como la anfitriona de una nación, las cónyuges presidenciales se encargan de atender la residencia presidencial así como de recibir y tener contacto con grandes mandatarios, funciones que desarrollan en su calidad de *azafatas sociales con presencia ceremonial*. (Gutin, 1989).

Algunos focos noticiosos por parte de los medios hacia este *rol ceremonial* son organizar cenas formales, recibir a los visitantes extranjeros, hacer llamadas sociales y entretener a los allegados del presidente. (O'Connor et al., 1996). El análisis histórico de Watson (1997) hacia las primeras damas estadounidenses concluyó en que, desde el siglo XIX, ellas han prestado su tiempo para velar por las funciones sociales y asuntos formales del Estado con tres características principales: exposición de una impecable imagen, pocas intervenciones políticas y un desenvolvimiento social ejemplar. En ese sentido, para el autor la cobertura hacia las anfitrionas nacionales se refleja en una información que las coloque como símbolos de la mujer

nacional y gerentes de la casa presidencial.

En esa línea, Borrelli (2002) afirma que la cónyuge presidencial se destaca como anfitriona de la nación en tanto este encuadre parece respaldar y fortalecer la tradición, lo cual la aleja de la toma de decisiones importantes y la relega a las funciones de un ama de llaves. Las recepciones, reuniones y cenas estatales, eventos de entretenimiento y culturales, selección de menús, preparación de planos de asientos y las decoraciones son los temas dentro de la oficina social de la Primera Dama.

Además de estas características, Winfield y Friedman (2003) aseguran que su rol protocolario incluye el ser una creadora de estilo, lo cual genera cobertura noticiosa hacia su apariencia física, a través del peinado, la postura y el vestuario. Para Beasley (2005), una primera dama que asentó su rol protocolario en mayor medida fue Jackie Kennedy ya que tenía organizado los eventos con mayor cautela sin depender de profesionales en imagen.

Una buena anfitriona nacional no solo es evidenciada a través de su planeación, sino también en la manera en la que atiende a sus invitados. Widlak et al. (2016) refieren así que los medios pueden llegar a encuadrarla como una buena madre, sonriente, paciente, cariñosa y empática que presta mayor atención a las personas que la rodean. En términos generales, este rol ceremonial tiene que ver con las funciones que la cónyuge presidencial realiza para dejar buena percepción en las visitas de Estado oficiales. (van Wyk, 2017).

**Tabla 2.** Ocupación que desempeñaban las primeras damas en América Latina al

adquirir el cargo (2000-2019)

Ocupación	f	%
Política y leyes	26	34
Hogar y trabajos manuales	12	16
Docencia, investigación y artes	10	13
Celebridades y medios de comunicación	9	12
Trabajo social, activismo y voluntariado	8	10
Administración y empresariado	7	9
Otros	5	6
	(n=77)	100%

Fuente: Elaboración propia

Nota: Se incluyen todas las primeras damas de mandatarios latinoamericanos que hayan durando al menos dos años en el cargo

Debido a que el papel es igual de tradicional que el de escolta presidencial, el perfil de las mujeres que encajan en esta categoría está relacionado con el hogar y trabajos manuales, pero con un cierto rol gerencial y administrativo. Del 2000 a la fecha, se han encontrado siete primeras damas que su principal ocupación estaba relacionada con puestos empresariales (9%), por lo que podrían ser susceptibles de este tipo de encuadre.

### 2.3 Altruista

En términos generales, las mujeres han sido las encargadas de tareas que tengan impregnadas el ser para otros, esta construcción cultural merma en las acciones que debe desempeñar la cónyuge del político más importante del país. Por

ello, algunas primeras damas optan por presidir organizaciones nacionales, internacionales, así como proyectos que tienen que ver con aspectos sociales. Para Watson (2000), estas funciones pertenecen a la descripción de una cónyuge presidencial que es *paladina y defensora de las causas sociales*.

Winfield y Friedman (2003) señalaron que las mujeres adquieren proyección mediática cuando presentan proyectos sobre alfabetización, apoyo a la infancia, defensoría de animales y al generar una agenda feminista. De esta manera, es recurrente encontrar notas relacionadas con almuerzos con personas sin hogar.

A esta función, Beasley (2005) la reconoce como *emblema nacional* ya que buscan personificar los valores de la sociedad de su nación a través de sus proyectos sociales. Pero el altruismo también queda de relevancia cuando las mujeres adquieren un papel de *consoladoras*, el cual se expone con mayor medida en escenarios de crisis dentro de una nación, ya sea por motivos financieros, de violencia, sanitarias, entre otras, donde esta figura suele ser cubierta al ofrecer apoyo moral al pueblo. La autora ofrece el ejemplo de Laura Bush, quién después de los ataques terroristas del 11 de septiembre, visitó a las víctimas, asistió a los servicios conmemorativos y apareció en televisión nacional para ofrecer consuelo a una nación afectada.

Erickson y Thomson (2012) refieren que la posición política en que se encuentran les permite servir como socias de cambio e influir de manera global. De esta forma, se pueden encontrar noticias donde presiden organizaciones no gubernamentales u otros organismos internacionales para el apoyo a programas comunitarios y de derechos humanos.

La investigación de Colton (2016) encontró que las primeras damas suelen ser encuadradas como *buenas madres de la sociedad civil* en tanto trabajan en organizaciones privadas y voluntariales para temas del ámbito tradicionalmente femenino. Así, el énfasis se centra en una buena madre que desempeña labores de cuidado a nivel nacional e internacional a través de programas sociales, literarios y educativos, tal como una madre fomenta el aprendizaje a sus hijos.

Por tanto, la imagen de una cónyuge presidencial altruista tiene que ver la idea cultural de que, al ser mujer, posee una *conciencia social* innata, por lo que su posición estratégica de poder se vuelve preferente para realizar este tipo de acciones benéficas. (van Wyk, 2017). La tabla 2 muestra que una décima parte de las primeras damas latinoamericanas de las últimas dos décadas, tenían una ocupación relacionada con el trabajo social, voluntariado y activismo, por lo que podrían generar importante cobertura en este encuadre.

## 2.4 Directora de un organismo o proyecto

Winfield (1997) destaca que las primeras damas también pueden generar una cobertura menos tradicional del papel que culturalmente tiene una mujer. Así, las cónyuges presidenciales generan incidencia por acciones políticas, más que centrarse en la posición típica de la mujer. O'Connor et al. (1996) afirman que ellas pueden adoptar un papel de *legisladoras* cuando juegan una pieza importante en la formulación de políticas, ya sea por encargo del presidente o por perseguir una causa por su propia cuenta.

El encuadre de dirección de un organismo o proyecto se refiere a los cargos protocolares u oficiales que desempeña una Primera Dama desde su oficina o

despacho. Como ya se mencionó, algunos países como Chile, México y República Dominicana les han otorgado históricamente la dirección de un organismo, por lo que los medios desarrollan información relacionada con los informes y planes de trabajo que ellas comunican de manera pública. A las primeras damas de otros países, si bien no se les ofrece la dirección de un organismo, sí cabildean y ejecutan proyectos políticos. El ejemplo más claro es Estados Unidos, donde las últimas tres ex primeras damas han adoptado un proyecto social de ley: Hillary Clinton con su propuesta de reforma de salud, Laura Bush con la alfabetización y Michelle Obama con su proyecto para reducir los índices de obesidad infantil.

Debido a que se salen del canon en el que históricamente se veía a las esposas de los mandatarios, Watson (1997) cataloga como *esposas modernas* a quienes se involucran en la arena pública, al grado de convertirse en una presidenta asociada que asiste a las reuniones de gabinete, encabeza grupos de trabajo y tiene su oficina cerca del gobierno. Los medios, incluso, pueden llegar asociarlas con un poder político superior al del vicepresidente, asesores y secretarios. Por ello, Wekkin (2000) utiliza el título de *copresidenta* cuando la mujer asume un papel prominente en el desarrollo de una legislación, hasta auto colocarse a un nivel similar al del presidente electo.

Beasley (2005) destacó en este rubro la cobertura y funciones realizadas por Lady Bird Johnson, Pat Nixon, Betty Ford y Rosalynn Carter. A las dos primeras les denominó *ayudantes políticas* ya que tuvieron un impacto directo en la legislación y energizaron la posición de las cónyuges presidenciales. Las segundas, ya influenciadas por la ola feminista de los setenta, promovieron sus causas sobre



igualdad entre géneros y asuntos sobre mujeres.

Para Erickson y Thomson (2012) también son parte de este encuadre las notas que enmarcan a las cónyuges presidenciales como *emisarias culturales* y *embajadoras de la buena voluntad*, en tanto cubren actividades que buscan apuntalar las relaciones existentes entre los Estados. Por su parte, Colton (2016) denomina a las mujeres de este rubro como *buenas madres políticas*, debido a que se encuentran en un campo fronterizo entre las acciones tradicionales de una mujer y el campo político. Lo anterior ocurre porque, aunque generan acción política en la arena pública, los temas que defienden continúan en una agenda femenina a través de tópicos de cuidado, ecología e infraestructura. (van Wyk, 2017). En general, se trata de un perfil politizado con una mayor acción en el poder legislativo e informes de gobierno lo que las convierte en portavoces de políticas administrativas.

## 2.5 Asesora política

Debido a la cercanía que tienen con el presidente, los medios suelen buscar la opinión de las primeras damas en diversos temas, de tal manera que las cubren en su papel como asesora política. Para Kellerman (1978) esta función le permite reducir la carga al presidente, debido a que tiene a una persona confiable que le ayuda a difundir sus políticas, pero también hacia la cual recurrir para consejo. En ese sentido, funcionan como *ayudantes* y *extensiones* del Ejecutivo en tanto se involucran cuando este no puede hacer acto de presencia.

Gutin (1989) denominó a esta función de las primeras damas como *sustitutas políticas* y *defensoras independientes*, las cuales ocupan los reflectores de los medios encargados de política para apoyar proyectos y posicionarse políticamente.

Entre las actividades que O'Connor et al. (1996) encontraron sobre la *primera dama política o representativa* están el discutir políticas, asesorar y ser confidente, declarar preferencias políticas personales, influir en nominaciones y elecciones, asistir a reuniones políticas y cabildear políticas públicas.

Watson (1997) señaló que se tratan de esposas aspiracionales que llegan a considerarse ambiciosas, decididas y liberadas porque están políticamente activas y son importantes personajes detrás de las carreras de sus maridos. Suelen desempeñar funciones como *portavoces presidenciales* en tanto refuerzan al partido político en el poder y están presentes en declaraciones políticas de alta envergadura hechas por su esposo. Weckin (2000) describió a este encuadre como el de una Primera Dama *regente*, la cual genera visibilidad política y es capaz de sustituir a su esposo en actividades públicas.

En ese sentido, Borrelli (2002) explica que una asesora o *socia política* es el encuadre que tiene mayor potencial para traer a la primera dama hacia la esfera pública. Tal como un socio lo hace, comparte información y responsabilidades con el presidente, en una entidad de compromiso y consulta. Además de opinar sobre temas políticos, Winfield y Friedman (2003) incluyen en este rubro noticias acerca de su presencia en reuniones de gabinete y campañas.

Para Beasley (2005), se trata de un encuadre de *polarización*, el cual se relaciona con la manera en que la primera dama genera un diagnóstico del papel tradicional que tiene su título y lo critica hasta deconstruirlo de manera pública. Para la autora, quién más se ha acercado a este encuadre es Hillary Clinton, quién desvió de manera estratégica las críticas hacia su estilo y contestó a quiénes la

acusaron de haber sobrepasado sus límites como pareja presidencial. Se trata de una primera dama que antes de ser ello, era abogada y tenía un perfil político establecido, por lo que aprovechó su posición para generar una oficina junto con la de los asesores de su esposo. Con los mismos antecedentes se encuentra 34% de las primeras damas latinas desde del año 2000 (ver tabla 2), por lo que un abordaje político por parte de los medios es latente.

De acuerdo con Colton (2016), la característica de asesora política genera una independencia de los roles tradicionales de las mujeres, mientras que se suscita una mayor inmersión dentro del ámbito político. Ellas entran a la discusión pública de temáticas consideradas masculinas como seguridad, política exterior, macroeconomía entre otros proyectos. Widlak et al. (2016) explican que este papel de *actora social* ha tenido mayor repercusión en los medios informativos en los últimos años.

Finalmente, para van Wyk (2017) es posible referirse a ellas tanto como *políticas* como *diplomáticas*. En el primer papel, sus acciones cubiertas tienen que ver con generar posiciones políticas, estar presentes en campañas electorales, ser portavoz de la agenda de temas de la administración, presentarse en conferencias de partido y tener ambiciones de un puesto político. En el segundo, hacen acto de presencia como emisarias culturales, diplomáticas y embajadoras de la buena voluntad en diferentes plataformas internacionales.

## 2.6 Celebridad

Esta categoría no se encuentra enlistada por Winfield (1997), pero es relevante su cobertura, debido que 12% de las cónyuges presidenciales de América

Latina han tenido un acercamiento mediático importante antes de ser primeras damas. Además de ello, los mensajes periodísticos tienen un aspecto cada vez más cercano al *infoentretenimiento*, lo que ha resultado que las noticias que difunden no únicamente se encarguen de temáticas de interés político o de relevancia para el bien social, sino que también funcionan para dar información que entretenga al espectador, aunque esto no propague ideas que puedan ser socialmente útiles (Thussu, 2002). En este tenor, cuando las cónyuges presidenciales son mediatizadas, el foco de atención es solamente por ser famosa, y no por generar discusión política.

Las descripciones de *decoraciones* y *humanizadoras* de Kellerman (1978) entran en esta categoría debido a que son cubiertas por su apariencia, atractivo y figura, mientras que permiten ver la vida particular de la pareja presidencial en su entorno civil. En ambas categorías existe un centro de atención hacia la esfera íntima de la mujer política, tanto en cuerpo como en su relación matrimonial.

Para Gutin (1989), lo anterior ocurre debido a que resulta noticioso para los medios saber más de las mujeres que acompañan al mandatario, por lo que las primeras damas suelen participar en actividades de comunicación y utilizan el recurso de la prensa para discutir sus respectivos proyectos, por lo que les llama *voceras emergentes*.

Algunos datos que los medios valoran como noticiosos de acuerdo con O'Connor et al. (1996) son su nivel educativo, ocupación, cantidad de hijos y edad. Debido a que no es información trascendental para decisiones políticas, se trata de una cobertura que ubica a la primera dama como una famosa, de la cual se quiere

conocer su vida íntima. Borrelli (2002), por otra parte, explicó que su cobertura como celebridad tiene que ver con que ella representa un *símbolo público* en términos de religiosos y administrativos.

Dentro de la investigación de Watson (2000), se clasificó a primeras damas como *figuras públicas y celebridades*. Mientras que Wekkin (2000) denominó a este papel como *cortesana* en tanto ella se esfuerza por estar en el ojo público de acuerdo con sus ambiciones personales.

Winfield y Friedman (2003) sostienen que algunas acciones y características que denotan un encuadre de celebridad es la puntualización hacia su forma de ser cálida, accesible, entusiasmo, valores correctos y personalidad en general. Además, el peinado, postura y vestuario son abordadas en mayor medida por medios *soft news* por lo que también pueden formar parte del *frame* de celebridad.

Para Beasley (2005), el encuadre de celebridad ha sido utilizado en estudios sobre comunicación política para hacer vendible un empaquetado de la pareja presidencial. Los consultores políticos ven como una oportunidad la mezcla entre noticias y entretenimiento para generar estrategias que presenten de forma favorable a las primeras damas que se pueda llegar a impregnar en la reputación de su esposo.

Widlak et al. (2016) explican que la cónyuge presidencial se presenta como *celebridad política* cuando existe una descripción de su figura y su vida privada por el hecho de ser esposa del mandatario. Su posición de poder también le permite tener una mayor cartera de amistades en calidad de estrellas, famosas y celebridades, lo que generaría mayor resonancia en términos mediáticos.

**Tabla 3.** Propuesta de encuadres noticiosos basada en Winfield (1997)

	<b>Escolta presidenci al</b>	<b>Anfitrion na naciona l</b>	<b>Altruist a</b>	<b>Directora de proyecto</b>	<b>Asesora política</b>	<b>Celebrida d</b>
<i>Kellerman (1978)</i>	Apoyo moral				Extensiones Ayudantes	Decoraciones Humanizadoras
<i>Gutin (1989)</i>		Azafatas sociales con presencia ceremonial			Sustitutas políticas y defensoras	Voceras emergentes
<i>O'Connor et al. (1996)</i>		Rol ceremonial		Legisladora	Política / Representativa	Entorno personal
<i>Watson (1997, 2000)</i>	Esposa y madre Compañera presidencial	Anfitriona social de la nación Símbolo de la mujer nacional	Paladina Defensora de las causas sociales		Portavoz presidencial Refuerzo del partido político presidencial	Figura pública y celebridad

		Gerente de la casa presidencial			Diplomática	
<i>Wekkin (2000)</i>	Conscripta Escudo			Co-presidenta	Regente Consejera	Cortesana
<i>Borrelli (2002)</i>	Protectora del presidente	Anfitriona de la nación			Socia política	Símbolo público
<i>Winfield y Friedman (2003)</i>	Escolta presidencial	Rol protocolario	Funciones caritativas		Asesora política	Rol protocolario Experiencia
<i>Beasley (2005)</i>		Construcción de Camelot	Emblema nacional	Ayudantes políticas Feministas	Polarizantes	Atracción de medios Apariencia física
<i>Erickson y Thomson (2012)</i>	Administradora de la credibilidad presidencial		Gestora de problemas sociales	Administradora de relaciones internacionales		
<i>Widlak, et al. (2016)</i>	Mujer	Madre			Actora social	Celebridad política
<i>Colton (2016)</i>			Buena madre de la	Buena madre política	Buena ciudadan	

			sociedad civil		a en la política	
<i>van Wyk (2017)</i>	Esposa y maternidad	Ceremonial	Conciencia social	Política pública	Política Diplomática	

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 3 se muestra de qué manera las teorías sobre las funciones o papeles simbólicos de las primeras damas pueden clasificarse bajo la adaptación de propuesta de encuadres de Winfield (1997). La idea del esquema es reconocer, en la propuesta de la autora, una oportunidad de operacionalización para futuras investigaciones.

### **3 Antecedentes de investigación sobre el tratamiento periodístico de la figura de la primera dama**

El modelo planteado por Winfield (1997) para estudiar los encuadres periodísticos en la información sobre primeras damas ha sido utilizado en otras investigaciones. Uno de los resultados más recurrentes es que cuando son mostradas en roles no tradicionales o políticos, la tonalidad de la noticia es negativa. (Burns, 2004; Wachai, 2005, Butler, 2013; Harmer 2015). De esta manera, la información noticiosa sobre primeras damas que realizan actividades como opinar sobre temas políticos o elaborar y cabildear proyectos de ley presentan verbos, adjetivos y adverbios de corte negativo.

Este comportamiento por parte de los medios parece dar la idea de que la mujer no pertenece al ámbito político, porque solo cuando ellas realizan acciones



como acompañar a su esposo o recibir mandatarios, la noticia se vuelve neutral o positiva. De esta manera, como estrategia política es mejor mostrar mediáticamente a las primeras damas desde roles despolitizados para no generar un tratamiento periodístico desfavorable. (Wachai, 2005).

Otro hallazgo importante al utilizar los encuadres noticiosos es la baja atención de los medios hacia las credenciales políticas de las cónyuges presidenciales. En ese sentido, datos como grados académicos, formación profesional y logros destacados resultaron con menor presencia que número de hijos, valores familiares, vestimenta, trabajo doméstico e ideales personales. (Zeldes, 2009; White, 2011; Butler, 2013; Zamora, Berná y Martínez, 2014).

Debido a que los roles tradicionales tienen un efecto positivo en las noticias y a que las credenciales personales adquieren relevancia, el tratamiento informativo se vuelve trivial. Por ejemplo, Higgins y Smith (2013) encontraron que los encuadres utilizados para cubrir a las esposas de los presidentes de los partidos de Gran Bretaña fueron su vida en pareja, platillos que cocina, embarazos, elección de ropa y diseñadores que la visten donde, incluso, se generó información sobre veredictos hacia cuál era la esposa con mayor estilo.

En este tenor, los trabajos sobre la cobertura de Michelle Obama también destacaron una preocupación de los medios sobre su estilo, debido al uso de vestimenta original y cuyo precio razonable estaba disponible para una gran cantidad de mujeres (Matthews, Chaney y Opiri, 2015). Además, se cubría la información relacionada con el contacto que creó con las familias de militares para

escuchar las historias de mujeres y hombres que lucharon durante las guerras. (Smith y Carlin, 2016).

Widlak (2016) destacó que estos aspectos triviales se encuentran principalmente en tabloides y prensa de espectáculos, que buscan la cara de la primera dama como ejemplo de estilo para las mujeres del país. Ante esto, Stoltz (2013) afirmó que se trata de una mirada sexista, en tanto que, aunque la primera dama establezca una posición política, los medios buscan este foco trivial. La autora ejemplifica con el caso de Pat Nixon, quien defendió durante la convención republicana el acceso a cargos políticos de las mujeres y las nominaciones femeninas a la Suprema Corte; mientras que la cobertura mediática se dejó deslumbrar por su figura elegante y prototípica de la mujer americana que “podría ser presidenta de una asociación de buenas madres y amas de casa” (p. 815).

Por otra parte, los estudios destacaron que la información mediática de las primeras damas tiene la intención de humanizar al presidente. Zamora, Berná y Martínez (2014) explican cómo los discursos vertidos por Michelle Obama y Ann Romney tienen la intención evidenciar los valores, dimensión humana, personalidad, ideales de trabajos y eficiencia de sus esposos a través de declaraciones despolitizadas y emocionales. De esta manera, la actitud de las cónyuges presidenciales parece ser el de promover imágenes positivas para sus esposos, así como usar su voz para contrarrestar los comentarios negativos que hayan surgido o que puedan surgir. En ese sentido, la tendencia es que las mujeres cuentan historias sobre el otro, mientras que los hombres sobre ellos mismos y sus acciones.

Sobre el contexto que rodea a la información noticiosa, se ha sostenido que medios surgidos en países con democracias más consolidadas tienden a presentar a las cónyuges presidenciales en roles politizados (Kalyango y Winfield, 2009). Además, Macmanus y Quecan (2008) sostienen que las primeras damas aparecen en un momento, espacio, audiencia y eventos dados como escenarios controvertidos y en tiempos cercanos a la elección en la que participa el partido de su esposo.

Otro tipo de contexto es el encontrado por Harmer (2015), quien asegura, en su exploración a lo largo del tiempo, que las esposas de los mandatarios eran cubiertas como políticamente activas en el pasado, mientras que ahora la práctica es hacia mostrarlas desde su vida personal. Kuipers (2015), por su parte, afirma que la agenda de las primeras damas depende de cómo esté conformada la agenda del presidente, no para utilizar los mismos tópicos, sino al contrario, para encargarse de otros temas, en orden de complementarlos, diversificarlos o alternarlos.

En otro sentido, es relevante destacar que el nivel de politización o despolitización presente en las noticias depende también del personaje específico a que se haga referencia. Marshall (2008) encontró que a pesar de que Hillary Clinton y Marilyn Quayle tenían una formación similar en cuanto a abogacía y política, la cobertura de la primera fue diametralmente más politizada que la segunda. De la misma forma, Shoop (2010) halló que las tres aspirantes a primera dama en las elecciones de 2008 en Estados Unidos presentaron encuadres noticiosos diferentes. Así, una primera dama puede ser cubierta por los medios tan moderna como tradicional sin importar que su predecesora haya sido politizada o despolitizada por

la prensa. (Karlsdóttir, 2015; Colton, 2016).

El foco en los roles tradicionales o políticos también dependerá de la fuente de información principal. Li (2015) investigó la cobertura hacia la visita de Michelle Obama como Primera Dama a China, donde el tratamiento de los medios estadounidenses se refirió la encuadró de manera despolitizada, mientras que la prensa china lo hizo de forma politizada. Lo anterior ocurrió debido a que los primeros retomaron la noticia como una visita a la que Michelle acudió como sustituta de su esposo, mientras que los segundos como una visita de Estado formal. Asimismo, Mortensen (2015) detectó que la información que surge desde la Casa Blanca tiende a ser más ceremonial que la publicada por los medios de información.

Por último, es relevante referir que existen investigaciones que han encontrado que el papel político de las primeras damas cada vez toma mayor relevancia en la información periodística. De esta forma, se ha referido un equilibrio mediático entre la representación mediática de ellas tanto como por su papel de mujeres, como el de políticas (Shah, 2015; Mortensen, 2015).

#### **4 Instrumento para el análisis del tratamiento informativo hacia primeras damas**

Para finalizar este trabajo, se realizó la tabla 4 basada en el modelo del *framing*, el cual, de acuerdo con McCombs y Ghanem (2001), se trata un análisis del tratamiento informativo en el que se evidencian las ideas que son remarcadas con mayor frecuencia y, por tanto, que son susceptibles a ser percibidas de manera más efectiva por las audiencias. Dichas ideas se denominan atributos o *frames* y se

tratan de palabras claves que producen significados sobre un tema que, en su conjunto, producen diferentes formas de ver la realidad (Aruguete, 2011). Así, Entman (1993) sostiene que la ausencia o presencia reiterada de dichos *frames* producirá una manera específica de abordar el fenómeno.

La tabla presenta a los seis encuadres que se analizaron previamente. Cada uno de ellos presenta un conjunto de acciones o atributos que pueden ser utilizados en posteriores investigaciones para evaluar cómo es la presentación informativa que los medios realizan sobre una primera dama en específico. La selección de estas acciones se realizó de manera deductiva de acuerdo con la clasificación de Igartua y Humanes (2004), es decir, se definieron a través de las investigaciones y antecedentes que se han descrito en las primeras tres partes de este artículo. Se trata de un modelo similar al utilizado por Igartua, Muñiz y Cheng (2005).

Además de describir esos atributos, la tabla 4 clasifica en politizadas y despolitizadas las acciones de las primeras damas de acuerdo con los encuadres noticiosos creados. Se dice que una acción es despolitizada cuando esta no va más allá de un papel decorativo dentro de las funciones, esto es, no genera una importancia en términos de ideas, propuestas y leyes políticas. El encuadre cuyas acciones permanecen meramente despolitizadas es el de *anfitriona nacional*, el cual resultó con mayor incidencia en la información noticiosa analizada por Wachai (2005), Li (2015) y Karlsdóttir (2015) acerca de Laura Bush y Michelle Obama.

Otro encuadre despolitizado es el de *celebridad*, el cual solamente podría politizarse cuando se publican perfiles en notas suaves o *soft news* sobre las credenciales profesionales de las cónyuges. Fuera de ello, la tendencia en el

encuadre es el de trivializar sus funciones, como lo demuestran los trabajos de Shoop (2010), White (2011), Butler (2013), Higgins y Smith (2013), Stoltz (2013), Zamora, Berná y Martínez (2014), Harmer (2015), Li (2015), Matthews, Chaney y Opiri (2015), Smith y Carlin (2016) y Widlak (2016).

El marco noticioso de *altruista* queda despolitizado cuando las cónyuges presidenciales realizan acciones caritativas para organizaciones privadas externas a cualquier partido político, esto es, que no persiguen fines político-electorales. El encuadre se politiza cuando se velan por derechos humanos y aspectos sociales a nivel internacional y por medio de organismos políticos. Tal marco ha tenido presencia significativa en los mensajes periodísticos que abordan a Laura Bush (Wachai, 2005), Cindy McCain (Shoop, 2010), Michelle Obama (Smith y Carlin, 2016) y las esposas de los presidentes de partido de Gran Bretaña (Higgins y Smith, 2013).

El *frame* de *escolta presidencial* presenta poco apego a la esfera política cuando la cónyuge presidencial solo acompaña al mandatario; sin embargo, puede poseer un enfoque político cuando esta defiende las decisiones políticas de su marido como lo demuestran los artículos citados anteriormente (Wachai, 2005; Zeldes, 2009; Shoop, 2010; White, 2011; Stoltz, 2013; Maj, 2016).

**Tabla 4.** Acciones que describen los encuadres noticiosos en la cobertura de primeras damas de acuerdo con grado de politización.

Encuadres	Acciones despolitizadas	Acciones politizadas tradicionales	Acciones politizadas no tradicionales
<i>Escolta presidencial</i>	<p>Acompaña a su esposo en actos públicos.</p> <p>Explica sus quehaceres domésticos.</p> <p>Informa sobre el estado de salud del presidente.</p> <p>Describe el equilibrio entre sus labores domésticas y funciones públicas.</p>	<p>Apoya a su esposo en decisiones de gran impacto.</p> <p>Defiende posiciones políticas de su esposo.</p>	
<i>Anfitriona nacional</i>	<p>Recibe y atiende a mandatarios externos.</p> <p>Organiza cenas y eventos en la casa presidencial.</p> <p>Muestra personalidad empática y de servicio.</p> <p>Asiste, de forma pasiva, a eventos públicos, cumbres, foros, entre otros, sin ofrecer una postura política.</p>		

<i>Altruista</i>	<p>Ofrece apoyo financiero y moral a causas sociales.</p> <p>Colabora para organizaciones privadas y sin fines de lucro.</p> <p>Visita y platica con grupos marginados.</p> <p>Recolecta y entrega recursos.</p>	<p>Apoya a organizaciones nacionales e internacionales sobre derechos humanos.</p>	
<i>Directora de proyecto</i>		<p>Encabeza grupos de trabajo del organismo o proyecto social que dirige.</p> <p>Promueve la igualdad de género en asuntos sobre mujeres.</p> <p>Presenta resultados y avances de su proyecto.</p>	<p>Desarrolla legislación acerca de un proyecto social.</p> <p>Cabildea apoyos políticos a su plataforma.</p>
<i>Asesora política</i>		<p>Sustituye a su esposo en actividades públicas</p> <p>Realiza campaña a favor de candidatos oficialistas.</p> <p>Se presenta en conferencias del partido al que pertenece.</p>	<p>Expresa su opinión personal, crítica o consejo sobre un tema político.</p> <p>Se presenta en reuniones de gabinete.</p>



			<p>Muestra interés por un puesto político.</p> <p>Visita otros países en calidad de diplomática.</p> <p>Recibe y contesta críticas hacia su plataforma política (polarización).</p>
<i>Celebridad</i>	<p>Se utiliza su nombre para introducir a una tercera persona.</p> <p>Cobertura hacia su apariencia física, atractivo y figura.</p> <p>Se encuentra rodeada de estrellas famosas y celebridades.</p> <p>Es allegada al personaje de la nota principal.</p> <p>Expone su vida íntima con el fin de humanizar a su esposo (casa, hijos, relación).</p>	<p>Se realizan perfiles sobre las credenciales académicas y políticas para desempeñar el puesto.</p>	

	Asiste a eventos artísticos y culturales como conciertos, obras, exposiciones obras y museos.		
--	---	--	--

Fuente: elaboración propia

Las acciones politizadas de la tabla 4 se dividen en dos rubros. El primero son las acciones en el ámbito tradicional o femenino que tiene que ver con la manera en que una mujer genera opinión política sobre temas únicamente sociales, pero también cuando funcionan como portavoces para apoyar las decisiones de alguien más. En ese sentido, el ser *directora de proyecto* se clasifica mayormente en el ámbito tradicional en tanto las primeras damas tienden a adaptar proyectos políticos del ámbito social como lo demuestra el trabajo de Shah (2015). Sin embargo, tienen un foco menos tradicional cuando el proyecto las lleva a generar una estrategia política al cabildear y legislar para que dicha idea sea convertida en ley.

En la línea anterior, los aspectos no tradicionales de las acciones politizadas tendrán que ver con la iniciativa de la mujer de intervenir de forma activa en la política, bajo temas de defensa de la soberanía, pero también al contestar de manera confrontativa a sus detractores. El encuadre de *asesora política* es el que más acciones tiene en este rubro, aunque pueden ser enmarcadas como tradicionales cuando sus acciones solo se realizan en sustitución de alguien más.

Wachai (2005), Macmanus y Quecan (2008) Kalyango y Winfield (2009), Shoop (2010), Butler (2013), Karlsdóttir (2015), Kuipers (2015), Li (2015), Mortensen (2015) y Shah (2015) describen en sus artículos un porcentaje relevante de cobertura politizada para las primeras damas.

## 5 A manera de cierre

El trabajo presentó información teórica sobre cuáles son las funciones no oficiales de las primeras damas y de qué manera suelen ser abordadas por los medios. Con esta información, se creó un instrumento desde el cual se puede valorar el tipo de cobertura con base en seis encuadres noticiosos, cada uno con ciertos comportamientos que suelen ser reiterados en los mensajes periodísticos de cualquier formato.

A manera de conclusión, el trabajo también plantea como importante el contexto en el que se desarrolla el abordaje al analizar a las cónyuges presidenciales. De acuerdo con Eksterowicz y Roberts (2004), en el tipo de encuadre que registra una primera dama intervendrán sus antecedentes personales, la disponibilidad de recursos para sus proyectos y si el cargo es protocolar u oficial. Mientras que Finneman y Thomas (2014) proponen estudiar el papel de las cónyuges presidenciales con ayuda de la coyuntura y cultura de la nación que representan debido a que le pueden llegar a otorgar una figura idealizada de cómo debe ser y comportarse la mujer nacional.

Guerrero Valencia (2015) describe que en América Latina existe un factor cultural que asocia a la maternidad como un símbolo potente que es reforzado por instituciones poderosas, principalmente la Iglesia católica. Debido a esta

construcción política del género, los programas políticos de las primeras damas están sujetos a temas relacionados con la mujer, la familia y los niños. Mayo (2000) coincide con lo anterior y sostiene que dichas responsabilidades tienen impregnadas la domesticidad tradicional y las expectativas de acuerdo con su género basadas, principalmente, en su esfera privada.

Por otro lado, se debe valorar cuál podría ser el fin que persigue la oficina presidencial a través de la figura de la primera dama. Bajo esta línea Smith (1997) señala que en comunicación política existen ventajas de que la cónyuge presidencial dedique su tiempo a funciones públicas y políticas. Ejemplo de ello es el hecho de participar en la disuasión de situaciones tensas, donde existen grupos en conflicto. La participación de una primera dama en estos escenarios beneficia al presidente porque tratará de resolver la problemática sin poner en riesgo la popularidad del mandatario. De esta manera, es importante contextualizar si el encuadre noticioso al que se asemeja obedece a cierta estrategia política.

Por tanto, debido al peso que tiene el contexto y la estrategia política, se propone que la clasificación de encuadres que se presentó en este trabajo permanezca abierto a la entrada de nuevos encuadres y atributos. Pero también esta apertura se debe reflejar en la combinación con otras variables para analizar el mensaje. Por ejemplo, durante la presentación de los antecedentes de investigación se evidenció la necesidad de analizar la tonalidad de la noticia. (Burns, 2004; Wachai, 2005; Butler, 2013; Harmer, 2015).

Es recomendable también analizar variables que verifiquen si las primeras damas son abordadas desde ellas mismas, o a través de su esposo. Lo anterior se

puede realizar a través de la forma en la que las que son nombradas o introducidas en el mensaje, es decir, si lo hacen desde su apellido de soltera o casada, o si la llaman señora o por un título profesional, entre otras. Se recomienda también un análisis de la agenda de las primeras damas que se pueda contrastar con el de su esposo en orden de reconocer si se tratan de temas propios o compartidos con el mandatario.

En cuanto al tipo de mensajes comunicativos, el instrumento está diseñado para los productos periodísticos orales o escritos; sin embargo, puede enriquecerse y adaptarse para un análisis semiótico en fotografías y videos.

## Referencias

- Aruguete, N. (2011). *Framing. La perspectiva de las noticias. La Trama de la Comunicación*, 15(1), 67-80. Recuperado de <https://latrama.fcpolit.unr.edu.ar/index.php/trama/article/view/52/pdf>
- Beasley, M. H. (2005). *First Ladies and the Press. The Unfinished Partnership of the Media Age* Evanston, IL: Northwestern University Press.
- Borrelli, M. (2002). Telling it slant: gender roles, power, and narrative style in the first ladies' autobiographies. *Sex Roles*, 47(7-8), 355-370. Recuperado de <https://link.springer.com/content/pdf/10.1023/A:1021483131794.pdf>
- Burns, L. (2004). *First Ladies as Political Women: Press Framing of Presidential Wives, 1900-2001*. (Tesis doctoral). University of Maryland, College Park, MD.
- Butler, J. E. (2013). *Professional First Ladies In the Media: Framing Of Clinton, Bush, and Obama In the Washington Post* (Tesis de licenciatura). The University of Southern Mississippi: Mississippi, MS.
- Colton, J. (2016). *The First Lady of the United States: A Traditional Role in the Modern Era* (Tesis de licenciatura). Duke University, Durham, NC.
- Eksterowicz, A. J., & Roberts, R. N. (2008). First ladies: constitutional and job description problems?. *Politics & Policy*, 32(3), 412-433. doi: 10.1111/j.1747-1346.2004.tb00190.x
- Entman, R. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58. doi: 10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x
- Erickson, K., & Thomson, S. (2012). First Lady international diplomacy: performing gendered roles on the world stage. *Southern Communication Journal*, 77(3), 239-262. doi: 10.1080/1041794X.2011.647502
- Finneman, T., & Thomas, R. J. (2014). First ladies in permanent conjuncture: Grace Coolidge and 'great' American womanhood in the New York Times. *Women's Studies in Communication*, 37(2), 220-236. doi: 10.1080/07491409.2014.911232

- Goffman, E. (1979). *Gender Advertisements*. Nueva York: NY: Harper Press.
- Guerrero Valencia, C. (2015). Una mirada al rol de la Primera Dama en América Latina. *Hispanorama* (150), 54-59. Recuperado de [https://www.academia.edu/19098121/Una\\_mirada\\_al\\_rol\\_de\\_la\\_Primer\\_Dama\\_en\\_América\\_Latina](https://www.academia.edu/19098121/Una_mirada_al_rol_de_la_Primer_Dama_en_América_Latina)
- Gutin, M. G. (1989). *The President's Partner: The First Lady in the Twentieth Century*. Nueva York, NY: Praeger.
- Harmer, E. (2015). Public to private and back again: the role of politicians' wives in British election campaign coverage. *Feminist Media Studies*, 16(5), 852-868. doi: 10.1080/14680777.2015.1105841
- Higgins, M., & Smith, A. (2013). 'My husband; my hero': selling the political spouses in the 2010 general election. *Journal of Political Marketing*, 12(2-3), 197-210. doi: 10.1080/15377857.2013.781473
- Igartua, J. J., & Humanes, M. L. (2004). *Teoría e Investigación en Comunicación Social*. Madrid, España: Editorial Síntesis.
- Igartua, J. J., Muñiz, C., & Cheng, L. (2005). La inmigración en la prensa española: Aportaciones empíricas y metodológicas desde la teoría del encuadre noticioso. *Migraciones*, 17, 143-181. Recuperado de: <http://diarium.usal.es/jigartua/files/2012/07/Igartua-et-al-Migraciones-2005.pdf>
- Kalyango, Y., & Winfield, B. (2009). Rhetorical media framing of two first lady political candidates across cultures. *Global Media Journal*, 8(15), Recuperado de <http://www.globalmediajournal.com/open-access/rhetorical-media-framing-of-two-first-lady-political-candidates-across-cultures.pdf>.
- Karlsdóttir, K. S. (2015). *The National Grandmother, the Co-President and the "Mom-in-Chief": Defining the Role and Characteristics of the "Typical" First Lady*. (Tesis de licenciatura). Universidad de Islandia: Reikiavik, Islandia.
- Kellerman, B. (1978). The political functions of the presidential family. *Presidential Studies Quarterly*, 8(3), 303-318. Recuperado de <https://www.jstor.org/stable/27547410>

- Kuipers, G. (2015). *From Wife to Presidential Partner: The Policy Agenda of the First Lady of the United States*. (Tesis de Maestría). Leiden University: Leiden, Países Bajos.
- Li, S. (2015). *A Cross-national Comparison of News Coverage of Michelle Obama's Visit to China in American and Chinese Media*. (Tesis de maestría), Iowa State University, Ames, IA.
- MacManus, S. A., & Quecan, A. F. (2008). Spouses as campaign surrogates: strategic appearances by presidential and vice presidential candidates' wives in the 2004 election. *PS: Political Science & Politics*, 41(2), 337-348. doi: 10.1017/S1049096508080529
- Maj, E. (2016). Two oral histories of the two first ladies: Jacqueline Kennedy and Lady Bird Johnson. *Studia Angelica Posnaniensia*, 50(2-3), 175-188. doi: 10.1515/stap-2015-0031
- Marshall, S. E. (2008). Marilyn vs. Hillary: women's place in new right politics. *Women & Politics*, 16(1), 55-75. doi: 10.1300/J014v16n01\_03
- Matthews, D., Chaney, C., & Opiri, J. A. (2015). The Michelle Obama influence: an exploration of the first lady's fashion, style, and impact on women. *Fashion and Textiles*, 2(1). doi: 10.1186/s40691-015-0050-9
- Mayo, E. P. (2000). Party politics: the political impact of the first ladies' social role. *The Social Science Journal*, 37(4), 577-590. doi: 10.1016/S0362-3319(00)00097-5
- McCombs, M., & Ghanem, S. (2001). The convergence of agenda setting and framing. En S. Reese, O. Gandy Jr., & A. Grant (Eds.), *Framing Public Life. Perspectives on Media and our Understanding of the Social World* (pp. 67-82). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Mortensen, T. (2015). Visually assessing the First Lady in a digital age: study of Michelle Obama as portrayed by journalists and the White House. *Journal of Women, Politics & Policy*, 36(1), 43-67. doi: 10.1080/1554477X.2015.985152
- O'Connor, K., Nye, B., & Van Assendelft, L. (1996). Wives in the White House: the political influence of first ladies. *Presidential Studies Quarterly*, 26(3), 835-



853. Recuperado de <https://www.jstor.org/stable/27551636>
- Rosebush, J. S. (1988). *First Lady, Public Wife*. Lanham, MD: Madison Brooks.
- Shah, S. (2015). *First Ladies in the Press: Analysis of New York Times coverage of Hillary Clinton, Laura Bush, and Michelle Obama*. (Tesis de honor), Syracuse University: Syracuse, NY.
- Shoop, T. J. (2010). From Professionals to Potential First Ladies: How Newspapers Told the Stories of Cindy McCain and Michelle Obama. *Sex Roles*, 63(11), 807-819. doi: 10.1007/s11199-010-9858-3
- Smith, K. (1997). The First Lady represents America: Rosalynn Carter un South America. *Presidential Studies Quarterly*, 27(3), 540-548. Recuperado de <https://www.jstor.org/stable/27551767>
- Smith, N. K., & Carlin, D. B. (2016). First Lady Michelle Obama: the american dream endures. En K. A. S. Sibley (Ed.), *A Companion to First Ladies* (pp. 677-695). Hoboken, NJ: Wiley-Blackwell.
- Stoltz, E. A. (2013). "Beyond the pillow talk: how gender, media and politics shape the role and legacy of first ladies, 1961-2012". Paper presented at the *The National Conference on Undergraduate Research (NCUR)*, La Crosse, WI.
- Thussu, D. K. (2002). *News as Entertainment*. Londres, Reino Unido: SAGE.
- van Wyk, J.-A. (2017). The first ladies of Southern Africa: trophies or trailblazers?. *Politikon*, 44(1), 157-172. doi: 10.1080/02589346.2017.1279804
- VanHorn, A. M. (2010). *Candidate Wives: Spouses as Strategic Surrogates on the Presidential Campaign Trail* (Tesis doctoral). Purdue University, Lafayette, IN.
- Wachai, J. N. (2005). *Journalistic Gender Stereotyping of First Ladies Laura Bush and Hillary Clinton*. (Tesis de maestría). Egerton University: Njoro, Kenia.
- Watson, R. P. (1997). The First Lady reconsidered: presidential partner and political institution. *Presidential Studies Quarterly*, 27(4), 805-818. Recuperado de <https://www.jstor.org/stable/27551802>
- Watson, R. P. (2000). *The Presidents' Wives: Reassessing the Office of First Lady*. Boulder, CO: Lynne Rienner Publishers.

- White, K. L. (2011). Michelle Obama: redefining the (White) House-wife. *Thirdspace*, 10(1). Recuperado de <http://journals.sfu.ca/thirdspace/index.php/journal/article/view/white>
- Widlak, E. (2016). *The First Lady: From the Kitchen to the Podium. How the gender equality revolution and the media forged a new political actor in democratic systems*. (Doctorado en Comunicación), Universitat Pompeu Fabra, Barcelona, España.
- Winfield, B. H. (1997). The First Lady, political power and the media: who elected her anyway?. En P. Norris (Ed.), *Women, Media, and Politics*. Nueva York, NY: Oxford University Press.
- Winfield, B. H., & Friedman, B. (2003). Gender politics: news coverage of the candidates' wives in campaign 2000. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 80(3), 548-566. doi: 10.1177/107769900308000305
- Zamora Medina, R., Berná Sicilia, C., & Martínez Martínez, H. (2014). La retórica emocional de la esposa del candidato: análisis lingüístico de los discursos de Michelle Obama y Ann Romney. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 20(1), 585-612. doi: 10.5209/rev\_ESMP.2014.v20.n1.45250
- Zeldes, G. A. (2009). Maverick, Escort or Style Setter - TV News Framing of Candidates' Spouses During the 2004 and 2008 Presidential Elections. *Electronic News*, 3(4), 193-213. doi: 10.1080/19312430903300012

## Conflitos velados e desvelados na articulação da política com a estética

### Veiled and unveiled conflicts in the articulation of politics with aesthetics

### Conflictos velados y descubiertos en la articulación de la política con la estética

Kati Caetano<sup>34</sup>.

#### Resumo

O artigo discute os conflitos de co-existência sob a ótica de um (des)acordo articulado à "partilha do sensível" e as estratégias enunciativas de sensibilização voltadas ao reconhecimento da subjetivação política.

#### Palavras-chave

Subjetivação política, estética, muros. "Roma" (Alfonso Cuarón).

#### Resumen

El artículo discute los conflictos de convivencia como un (des) acuerdo articulado al "reparto de lo sensible" y las estrategias enunciativas de sensibilización dirigidas al reconocimiento de la subjetivación política.

#### Palabras-clave

---

<sup>34</sup> Kati Caetano (Brasil). E-mail [katicaetano@hotmail.com](mailto:katicaetano@hotmail.com) ORCID. 0000-0002-6744-180X. Professora titular do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Linguagens, Universidade Tuiuti do Paraná - UTP/Brasil. Doutora em Letras pela Universidade de São Paulo, com pós-doutorado em Semiótica (EHES, Paris; Université de Limoges) e Linguística (École Normale Supérieure de Lyon; Université Paris VII). Professora titular aposentada da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, onde atuou como responsável pelas disciplinas de Linguística em Letras e no Curso de Comunicação Social, Jornalismo até 1995. Coordenadora de Pesquisa da UTP de 1996 a 1997; Pró-Reitora de Pós-Graduação de Pesquisa, Ensino e Extensão de 1997 a 1998 e criadora do Mestrado em Linguagens e Comunicação, aprovado pela CAPES em 1999, e sua coordenadora até 2003. Líder do Grupo de Pesquisa interações Comunicacionais, Imagens, Cultura Digital - INCOM/CNPQ/UTP. Autora dos livros Literatura e sociedade: a prática da análise de discursos; Imagens à deriva (co-autoria com Eduardo Peñuela Cañizal); Curitiba: do modelo à modelagem (co-autoria com Lucrécia D'Alessio Ferrara e Fábio Duarte), além de diversos capítulos de livros e artigos em revistas científicas. Coordenadora institucional de Projeto de Pesquisa em parceria da UTP com a Université Lumière Lyon 2, no âmbito do projeto internacional Journalisme à l'heure du numérique – JADN.

Subjetivación política, estética, muros, "Roma" (Alfonso Cuarón).

### **Abstract**

The article discusses the conflicts of coexistence as an (dis) agreement articulated to the "redistribution of the sensible" and the enunciative strategies of sensibilization to the recognition of political subjectivation.

### **Key words**

Political subjectivation, aesthetics, walls. "Roma" (Alfonso Cuarón).

## Introdução

O foco neste trabalho é discutir a questão do acordo e desacordo em sua articulação com a política e a "partilha do sensível", com base no princípio de que ambas estão vinculadas à racionalidade da situação de fala<sup>35</sup>. Acordo ou desacordo, consenso/dissenso, entendimento/desentendimento são categorias empregadas aqui em sentidos similares porque comportam o eixo comum de um conflito expresso semioticamente. Elas não dizem respeito apenas às palavras, aos discursos, mas também à situação dos que falam/se exprimem, ao seu reconhecimento como sujeitos semióticos dotados de uma corporalidade que têm lugar e movimento no mundo. Desse ponto de vista, o desentendimento se ancora politicamente sobre um consenso necessário e, em geral litigioso, que é o de reconhecer, ou não reconhecer, a capacidade (poder de fala) a "uma parte dos que não têm parte", segundo expressão de Jacques Rancière (2018a; 2018b), portanto a tê-los na conta dos que "são" ou "não são". Essa com-preensão da distribuição desigualitária dos corpos e do domínio de fala, entendida como uma capacidade para o *logos* e não apenas para a emissão de vozes, estabelece de partida, e paradoxalmente, um comum de uma comunidade de litígio. Nesses termos, todo agir político implica tanto o reconhecimento quanto o rompimento desse conflito inicial na medida em que deve "desnaturalizar" uma ordem do viver junto baseado em lugares e funções próprios a cada parte, ou seja, deve revelar o caráter contingente da ordem social de atores discursivos peritos ou competentes. Como

---

<sup>35</sup> Consideramos fala em sentido amplo, como expressão de manifestações verbais e não-verbais, portanto como ato comunicativo constituído por linguagens de diferentes naturezas.

explica Rancière, essa ordenação das coisas se ampara na ideia de um comum dos sujeitos sociais ancorada na dimensão de um sensível que determina, de forma contingente, o que se dá a sentir:

Existe portanto, na base da política, uma 'estética' que não tem nada a ver com a 'estetização da política' própria à era da massas, de que fala Benjamin./.../ É um recorte dos tempos e dos espaços, do visível e do invisível, da palavra e do ruído que define ao mesmo tempo o lugar e o que está em jogo na política como forma de experiência. A política ocupa-se do que se vê e do que se pode dizer sobre o que é visto, de quem tem competência para ver e qualidade para dizer, das propriedades do espaço e dos possíveis do tempo. (Rancière, 2005, p. 16-17).

Merece destaque no seu pensamento a distinção entre duas lógicas: a do agir político, que inscreve o reconhecimento desse dano social, instituindo uma comunidade do desentendimento, e a da ação policial que configura uma suposta harmonia da distribuição dos corpos e dos lugares discursivos segundo identificações distintas. Consideramos policial para além de dispositivos específicos do aparelho de estado, concebendo-o como já acentuou Foucault, em sua presença nas práticas intersubjetivas em geral, o que o caracteriza como um componente necessário da dimensão política. Todo agir político, que visa a romper com a distância entre o que é falar e quem é competente para a fala, está também atravessado por ações policiais, podendo, inclusive, subverter a própria ordem estabelecida pelos aparatos de Estado e por um sistema jurídico.

Dito isso, compreende-se que o dissenso tem como base um consenso a ser superado para que o debate se institua não necessariamente como um acordo de interesses (mera discussão e disputa de interesses) ou por decisões judiciais, mas justamente como um litígio no qual se reconheça “a existência das partes como

partes, a existência de uma relação que as constitui como tais” (Rancière, 2018a, p. 39). Nesse sentido, a estética como partilha desse comum é condição inerente da política, para que esta se afirme como a forma possível de subjetivação de todos, pois, como postula Hannah Arendt, a política "trata del estar juntos y los unos con los otros de los *diversos*" (1997), e, conforme explica Cabrera, o poder, como o define a autora, é "el espacio de aparición en el que una pluralidad de seres diversos es capaz de hablar y actuar conjuntamente" (2010).

Não há, assim, acordo propício, político e estético, fora desse cenário que é por si estruturado sobre o reconhecimento da legitimidade do dissenso. A discussão política, nesses termos, “indaga quem tem direito a proferir um discurso portador de sentido” (Ribeiro, apresentação de capa do livro de Rancière, 2018a), e o agir político teria como sustentáculo a atribuição de existência modal entre todos os membros de uma comunidade, encarados como sujeitos semióticos. Não se trata, porém, de uma igualdade vazia, e nem de consenso, insistimos, mas de uma igualdade de sujeitos a serem contados enquanto membros de um comum de fala, por si litigioso (porque põe em xeque os sistemas decisórios e peritos), que permite processos de subjetivação política para além de soluções pontuais pré-fixadas. Na esteira de Rancière, concebemos a subjetivação como a capacidade de reconfigurar um campo de experiências pela “produção, por uma série de atos, de uma instância e de uma capacidade de enunciação que não eram identificáveis” nesse mesmo campo. (2018a, p. 49). Ela assegura assim o papel da linguagem para a potência de /ser/e /fazer/ de uma existência semiótica (Agamben, 2015), assentada não apenas em atos de fala, mas sobretudo em formas de vida (Fontanille, 2015) que integram

um modo de estar presente no mundo e de se ajustar ao movimento da sociedade, de intervir, retrucar e agir; em suma, fazer sentido, criar estratégias, integrar práticas construindo suas formas de existência. Em seu viés linguístico, já preconizado na década de 60 por Émile Benveniste (1991; 1ª edição em francês data de 1966), a subjetividade se constitui na e pela linguagem, porque é no âmbito dos discursos que a língua aparece como uma arena de conflitos ideológicos. Embora o autor estivesse se referindo na ocasião à linguagem verbal, ou seja a língua, seus ensinamentos conduziram à dilatação dos estudos enunciativos aos processos semióticos em geral, porque permitiram postular as posições dos sujeitos em situações discursivas pelas quais criam e inscrevem suas subjetividades, e também as de outrem, colocado como aquele a quem um "eu" se dirige - o "tu". Estabelece assim as condições de produção dos discursos, tendo no quadro enunciativo o foco da referência dos sentidos emanados pelos textos. Ao trazer a questão dessa relação para o campo da política, mesmo sem se colocar na esteira de Benveniste, Rancière evidencia os filtros sociais e ideológicos que instauram as divergências suscetíveis de qualificar ou desqualificar as vozes dos sujeitos como capacitadas (ou não) a articular decisões e opiniões. Nesse sentido, é que, amparando-se na cultura da antiguidade, mostra a distinção entre uma emissão portadora de *logos* e outra que não entra na contagem das estruturas consensuais que decidem pelas ordenações de espaços, posições e valores. (Rancière, 2018a; 2018b).

Além disso, configura modos de partilha sensíveis distintos, conforme reconheça e legitime uma ordem social de viver com, submetendo seu corpo e sua (não) fala à estrutura policial instituída, ou reagindo cognitiva, pragmática e



sensivelmente para se afirmar como um dos que falam e contam entre os demais.

### **Barreiras de comunicação?: a prova inquestionável dos muros ao redor do mundo/ a naturalização da domesticidade humana na vida cotidiana**

Dois empíricos são exemplares para a condução de nosso raciocínio, porque representam uma mesma ordem de convivência, manifestada, no entanto, por marcas mais ou menos evidentes de contagem do outro como um ser de fala e por direções distintas da abordagem enunciativa. Ilustram, portanto, o movimento de ordenação da co-existência explicitado na discussão anterior, ao mesmo tempo que evidenciam estratégias discursivas diferentes para fazer sentir a condição dos que sofrem com a falta de visibilidade e voz em meio aos conflitos sócio-econômicos e políticos.

Trata-se, de um lado, da existência de muros separando pessoas em vários pontos do mundo, e justificando sua construção por motivos sociais, religiosos, político-econômicos. Para essa discussão, recorreremos ao recorte empírico da forma como o fato é midiático em uma série de reportagens do jornal brasileiro *Folha de S. Paulo* (2017)<sup>36</sup>, embora vários outros jornais tenham se dedicado a abordar o fato, normalmente de uma perspectiva crítica pelos efeitos nefastos que tais segregações implicam para aqueles que estão do lado "não contável" do muro. O outro exemplo inscreve-se no contexto ficcional, mas considerado como obra de inspiração autobiográfica: o filme mexicano - *Roma* - de Alfonso Cuarón (2018). Aparentemente díspares, uma vez que assumem o efeito de sentido do "falar

---

<sup>36</sup> *Um mundo de muros: as barreiras que nos dividem* (2017), São Paulo, *Folha de S. Paulo*, disponível em <https://arte.folha.uol.com.br/mundo/2017/um-mundo-de-muros>.

verdadero" (do discurso de informação) e do "parecer verdadeiro" (no caso do filme), ambos exemplos interessam justamente pela solução enunciativa que encontram, além ou aquém de serem ou não "verdadeiros", para descrever, e ao mesmo tempo problematizar, situações de conflitos em sociedades de grandes contrastes econômicos e, por decorrência, graves problemas de ordem sociopolítica.

A série *Um mundo de muros - as barreiras que nos dividem* engloba sete reportagens que envolvem conflitos em fronteiras (México/EUA; EUA/México), entre povos e etnias (Cisjordânia/Israel; Kênia/Somália; Sérvia/Hungria), ou grupos sociais dentro de um mesmo país (Peru, Brasil - Vila Esperança em Cubatão), entre as 70 barreiras físicas registradas atualmente no mundo. Enquadra-se na modalidade de jornalismo documental, por isso a diversidade de operações encontra sua justificativa na busca de um adensamento da informação e da sensibilidade.

Sua proposta é a de expor a heterogeneidade de vozes em relação ao conflito, provendo o leitor de informações contextuais, históricas, geopolíticas e culturais. Adota a estratégia de expor as divergências dos dois lados envolvidos delegando voz aos habitantes apresentados na condição de testemunhas, ao mesmo passo que vai formalizando visualmente os espaços de vivência dividida pelos obstáculos: muros, cercas, viadutos. Do ponto de vista dos recursos visuais, a estratégia segue os procedimentos tradicionais das reportagens multimidiáticas acrescidas agora de uma estética cada vez mais usual para atrair a atenção do

leitor - as fotografias *longforms*, normalmente de extensão vertical ao longo de todo o movimento de rolagem da tela (embora alguns casos na horizontal comecem a aparecer), os vídeos em 360º que estimulam a interação do internauta para movimentar-se na superfície da imagem, as infografias interativas, áudios captados em situação, entre outros recursos. Em artigo recente, apontamos a recorrência desses lances estéticos como a criação de um "valor-experiência" a ser acrescido ao valor-notícia. Na verdade, o valor-notícia nesses casos constitui-se não apenas da relevância dada a um fato, mas busca-se dar a sensação de presentificação do relato agregando ao valor informacional da notícia a dimensão sensível dos processos comunicacionais. Faz-se, assim, a crítica de forma não expressa, alimentando a solidariedade do leitor pelo caráter performativo das imagens, do que deriva uma situação ambivalente imposta pela necessidade de se tomar uma posição frente ao conflito, reconhecendo a sua complexidade ("cada lado tem suas razões"), ao mesmo tempo que sendo direcionado a sofrer junto pela eficácia das estratégias de interação viso-gestual. Com isso, a matéria informativa não toca o cerne do problema, pois ao expor o jogo de interesses de forma igualitária, negligencia a tensão primal do lugar do discurso de cada um. Ou seja, tenta dar identidade aos diferentes envolvidos, mas não percebe que, nos termos em que se apresentam, um dos lados está excluído da lógica de "partes como partes", na designação de Rancière (2018a; 2018b), e a confrontação de seu corpo à materialidade do muro impedindo-o de qualquer movimento é a materialização mais evidente desse consenso litigioso generalizado, uma vez que estabelecido mesmo sob fortes críticas. O movimento, ao contrário da mera mobilidade, pressupõe o

sentir e a emoção, e é condição *sine qua non* para dar ao corpo a conformação sempre inacabada de sua presença e existência modal. Não "contar" a voz e a presença do outro é de princípio a interdição para qualquer confrontação de opiniões diferentes em busca de um acordo, uma vez que não há equilíbrio na balança dos que "contam" para a defesa de ideias e ações conflitantes.

O muro emerge como um obstáculo à subjetivação política na confrontação entre corpos-actantes, essencial para a constituição de uma existência semiótica e do devir inalienável do sujeito na reparação de sua incompletude. A ele não está interdita apenas a mobilidade do corpo físico, mas o movimento em direção à realização de suas buscas, e sobretudo a suspensão da potencialidade de seus anseios. A potencialidade, nessa ocorrência, é concebida tanto em seu caráter de possibilidade (de um poder sim) como de contingência (de um poder não), na perspectiva da discussão da potência do pensamento de Agamben (2015), a ser delineada pelo tornar-se sujeito na interação do corpo com o movimento.

Todas as informações e divergências que a mídia busca desvendar são apreendidas na esfera de um mundo factual, quando "designam, na verdade, entidades inscritas na questão política da partilha do sensível" (Rancière, 2018a, p. 129), não assimiláveis a razões próprias ou consensos negociados, mas que são abordadas pelo jornal com maior ênfase pelos recursos visuais. A reportagem traz no verbal a divergência de vozes de ambos os lados do muro mostrando o caos opinativo que representam (os motes de cada um), e no visual, invariavelmente o recurso a imagens "longform" e 360°, que nos fazem percorrer esteticamente os detalhes do campo que se estende além muro. No uso desses recursos, estão

representados os dois espaços em concomitância, aos quais o usuário sente estar acessando pelo movimento dado ao cursor. Com isso, amplia sua perspectiva, ao mesmo passo que percebe a diferença de condição apresentada de cada parte. Na contramão, portanto, de uma aparente neutralidade obtida pelo jogo de vozes divergentes apresentadas no texto verbal, emerge uma postura mais opinativa nessa aproximação do usuário aos ambientes representados visualmente. Em outros termos, a elipse de um posicionamento mais claro no verbal é preenchida com as distinções expostas pelos recursos oscilantes no trabalho com a imagem, de efeitos axiológicos, por meio dos quais o usuário sente estar se movimentando na estória. O sensível acionado pelo jornal é aquele, por conseguinte, de uma afetação do leitor/espectador em face do que está enunciado, cumprindo com tal procedimento um papel duplo: o da objetividade necessária que lhe é historicamente atribuído, de suprir o leitor de todas as informações e opiniões possíveis para que o mesmo tome sua posição frente às polêmicas, e outro mais recente, formalizado pelos projetos editoriais com toda a clareza na atualidade, embora não seja novo, que é o de criar experiência nos enunciatários. "Experiência" converte-se na palavra-chave do jornalismo contemporâneo e tem sido identificado a dispositivos digitais que atingem o sistema sensorial pelo emprego de ambientes imersivos (jornalismo imersivo, newsgames, imagens 360º, fotos *longforms* verticais ou horizontais que "sangram" as páginas virtuais). Cria-se uma estética do sensível que é de fato, como diz Manovich (2000), uma infoestética, de acordo com uma perspectiva novidadeira e bastante restrita às *start-ups* tecnológicas. Na verdade,

O caráter da combinação de todos esses elementos é próprio a um modo de visibilidade que neutraliza ou acusa a alteridade do estrangeiro.” (p. 129).

/.../ O limiar dessa rejeição não é, claramente, uma questão estatística. /.../ O imigrante de hoje é um operário que perdeu seu segundo nome [trabalhadores imigrantes], que perdeu a forma política desua identidade e de sua alteridade, a forma de uma subjetivação política da conta dos incontados. (Rancière, 2018a, p. 130).

Ao mesmo tempo, reafirma-se a dificuldade jurídica e política de solubilidade de uma situação<sup>37</sup>. Fazendo analogia a Didi-Huberman, quando se refere à necessidade de uma visada crítica a toda e qualquer descoberta memorativa, podemos dizer que a ex-posição dos diferentes pontos de vista e do papel vital dos excluídos de um lado do muro, coloca o objeto em seu cenário histórico e midiático, mas não o constitui em seu lugar de existência - " temos de fato o objeto, o documento – mas seu contexto, seu lugar de existência e de possibilidade, não o temos como tal. Jamais o tivemos, jamais o teremos. (2010, p. 174-175). Não resta dúvida que nesses casos tanto se atende a uma tendência estética, quanto se visa a fazer sentir pela mobilização do corpo-próprio do usuário a sensação de "estar na pele" de outro. O problema é que nessa lógica confundem-se a atitude crítica e o jogo lúdico que o uso desses recursos proporciona, além da inconveniência do uso de certas próteses tecnológicas imprescindíveis para se chegar aos resultados esperados. A organicidade entre as linguagens, os discursos, os meios agenciados

---

<sup>37</sup> Não se ignora o papel modal, temático, figurativo, passional e sensível dos sujeitos abordados como vítimas pelo jornal. O uso da voz própria aberto pela mídia (e não apenas da terceira pessoa, como voz delegada ao jornal para representá-los) constitui a possibilidade de uma subjetivação política, assim como os percursos narrativos e as formas expressivas que constroem, a despeito dos riscos enfrentados. Este trabalho, no entanto, concentra o foco na visibilidade que lhes é dada quando são segregados a um espaço de imobilidade e ruptura de seus movimentos e o modo como o discurso da informação vai ou não à raiz desses problemas.

é fundamental para que o valor de artifício do mecanismo seja sobrepujado pelo forte apelo às sensações e à sensibilidade. Estratégias, portanto, que vão além do mero recurso às potencialidades técnicas e dependem da capacidade de seus efeitos estésico-estéticos.

O outro empírico aparece sob a forma de uma ficção que se propõe autobiográfica, expondo igualmente as formas de viver junto, mas a interação entre funcionária e patroa no filme *Roma* é de diferente ordem. O filme é singelo, mas o manejo de composições figurativas e manobras enunciativas vinculadas à dimensão matérica do discurso fazem aflorar o caráter cognitivo sensível do sentido sendo sentido. Ou seja, não se trata de mecanismos da ordem das sensações desencadeadas pelo poder excitante de certas tecnologias, mas seu valor informativo está fortemente impregnado de um efeito experiencial sobre o espectador, tanto pelos afetos que desperta, quanto pela crítica que, astuciosamente, promove, voltada em ricochete ao próprio enunciatário e a seus modos de vida.

Cleo, a personagem que representa a empregada doméstica, trabalha em casa de uma família no bairro Roma, na Cidade do México. Morando na habitação, em cômodo recuado da casa, sua rotina, invariavelmente automatizada, consiste em efetuar as mesmas tarefas diárias que se iniciam com a lavagem da garagem e quintal da casa, sempre suja com excrementos dos dois cães dos proprietários, preparar o café da manhã, arrumar as crianças, ajudar a outra empregada da casa na limpeza geral e na organização das roupas e coisas. Eventualmente sai com a colega de emprego e acaba conhecendo um rapaz por quem nutre afeição e de

quem fica grávida, sendo logo abandonada ao confessar sua condição. Sofre muito, mas oculta a sua dor, mantendo os compromissos e atividades de atendimento costumeiros à família. A narrativa mantém-se recorrente e com ritmo desacelerado. A imagem de abertura do filme é significativa desse efeito de sentido, porque se demora numa sequência em que o ato de lavar o chão do quintal é captado em detalhes e com duração quase irritante, mas mostra a sua pertinência como recurso de apresentação da personagem e de sua vida, quase despercebida pela família, não fosse pelas funções que exerce em proveito das crianças e da casa. O bloqueio entre as pessoas, nesse caso, é abstrato, embora materializado sob diversas figuras: espaços de presença, formas de ação esperadas, relação vertical nas interações e nos modos recíprocos de se verem, além de outras marcas impostas pela condição econômica ou cultural, como roupas, cabelo, pertences, e inclusive gestos e domínio do espaço-tempo vivido. O lugar do sujeito no discurso é aquele do discurso no cenário de outros discursos, dentro de uma lógica policial que estabelece a ordem das coisas, inscrevendo padrões em um patamar distinto e distante daquele vivido pela empregada. Os corpos se encontram face a face, mas um muro imaginário os distancia de uma maneira mais incontornável do que os muros de fronteiras, uma vez que esses podem ser ultrapassados mediante riscos.

Na diferença sócio-econômica exposta em *Roma*, a intransponibilidade se anuncia em vários níveis da estrutura narrativa: pelo quase emudecimento da doméstica, pelo caráter rotineiro, invisível e interminável de suas tarefas, pela relação concessiva com o outro, mas também pelo contexto histórico paralelo das lutas políticas, da violência desigual do corpo a corpo dos estudantes com as forças



armadas nas ruas, em relação às quais a personagem e seu pequeno mundo parecem estar subtraídos. Em dois momentos do filme o afeto entre patroa e empregada se revelam intensos e espontâneos: quando aquela é abandonada pelo marido de forma abrupta e busca acolhimento no abraço da empregada, conjugando-as na dor de uma experiência comum (Cleo também foi rejeitada pelo rapaz com quem saía porque ficou grávida), e no final, quando a doméstica salva o filho menor da família de um afogamento, momento em que a sua valorização é manifesta. O vínculo afetivo nesse caso parece abafar a tensão do desacordo social em prol de uma espécie de acordo emotivo, o qual, mesmo sendo transformador do ponto de vista do sentir, não o é do ponto de vista político no âmbito do enunciado, porque não altera o *status quo* da relação vertical entre ambas. Ao contrário, afirma o caráter de excepcionalidade da situação, que, na ocorrência, é rompido por iniciativa da patroa, a quem compete na lógica da coexistência policial estabelecer as diretrizes de aproximação ou separação dos corpos. Da perspectiva da funcionária, há a consciência de que a mobilidade dos corpos em partilhas de sentimentos não implica qualquer movimento para o seu dever – continua a rotina de empregada a cumprir os deveres e solicitações, sempre disponível a “comandos” tácitos de distanciamento ou aproximação, embora atenta a seus afetos em relação à família.

Ao discutir as relações de alteridade, Landowski (1997) explica que as atitudes de assimilação, que esperam do "estrangeiro" a integração aos costumes do "nós" para que apague seus traços originais, e as de segregação, que eliminam *tout court* a presença daqueles que não fazem parte do comum em nossos

territórios, expõem uma afinidade evidente:

/.../ l'alterité ne peut ici être pensée que comme une différence venue d'ailleurs, et revêtant par nature la forme d'une menace. Assimilation et exclusion ne sont en définitive, on le voit, que les deux faces d'une seule et même réponse à la demande de reconnaissance du dissemblable: Tel que tu es, tu n'a pas ta place parmi nous. (p. 23).

Trata-se, em ambos os casos, também de uma violência, no sentido da dominância tácita de um corpo sobre outro (Gumbrecht, 2004; 2010) impedindo o devir de seu próprio movimento.

### **Discutindo as estratégias e seus efeitos sobre o sentir**

Se considerarmos as figuras da corporalidade e seus movimentos figurativos postulados por Fontanille (2016), quais sejam, o corpo como superfície de inscrições, como *locus* de agitações internas, como actante-dêitico que desenvolve deslocamentos no mundo e matéria sensório-motora em que se manifestam as moções íntimas, é possível afirmar que a ação desses sujeitos aqui estudados encontram obstáculos decisivos para a subjetivação política que permite construir suas identidades. O bloqueio desses movimentos (no sentido de sua própria rotatividade e não no encadeamento sintático de suas trajetórias) impede ou neutraliza a inscrição do corpo como contável, retira-o de sua possibilidade de deslocamento, tenta domesticar as manifestações de sua materialidade, pela desvalorização ou proibição de seus signos gestuais e de sua sensualidade estética, é indiferente às suas agitações internas, a seus espasmos vitais em face da busca de uma vida melhor ou uma sobrevivida.

Nos espaços divididos pelo muro, anula-se não só a visibilidade do corpo do outro, mas também de seus rastros de inscrição. Impede-se ou tenta se impedir o

devir histórico do sujeito que traça sua própria narrativa. Na ficção (autobiográfica) exposta pelo filme, o bloqueio é de outra ordem: ele se revela no corpo silencioso, quase autômato no cumprimento de sua rotina, na invisibilidade mesma da moça como um corpo de sentimentos e desejos, na domesticidade dos afetos. Evidencia-se igualmente na afeição contida dos padrões, no extravasamento a que se "permite" a patroa em situações de crise, mas liberado espontaneamente no carinho das crianças.

A violência nesse caso não aparece de forma brutal, ela se insinua como um processo naturalizado em que o afeto ainda é possível, a despeito da dominação de corpos que "existem" sobre corpos que "não existem". Tanto ao sujeito confinado a um lado do muro, quanto à doméstica indígena que conjuga o mesmo espaço físico da família, no entanto, parece só lhes restar "uma identidade sociológica, a qual então tomba na nudez antropológica de uma raça e de uma pele diferentes". (Rancièrè, 2018a, p. 130).

A enunciação do filme traz à tona tal problema sem o tom da indignação ou da revolta, e sim no âmbito de um descortinamento da contingência da ordem social. Se há uma crítica, essa se esparrama na forma do afeto, de uma mistura de amor e dor que a-feta a todos nós, enunciatários convocados a ler nas entrelinhas o que está além de uma memória de partes da vida em família. Vem em primeiro plano o contável da empregada índia, como protagonista não do filme, mas da desvelação desses incontáveis numa lógica naturalizada de funções e apegos que se não é questionada no enunciado, pela voz mesma da personagem, o é no contexto da enunciação pelo impacto do reconhecimento de nossas formas de vida.

Vê-se assim que o filme, em sua capacidade enunciativa, expõe uma condição de dissenso na distribuição dos corpos e da capacidade de fala, mas o faz inscrevendo o desentendimento como a condição política e estética que permite enfim uma heterogeneidade igualitária suscetível de pôr em xeque qualquer interpretação piegas de um comum de uma comunidade harmônica.

### **Considerações reflexivas**

Insistimos conclusivamente que não se trata aqui de opor duas formas de manifestação discursiva, como se todo filme tivesse essa efetividade estética e toda reportagem multimidiática uma resultante de ordem mais sensorial. Ao contrário, o que pretendemos enfatizar é a relevância dos modos de figurar e as escolhas enunciativas para a efetividade do fazer sentir. Obviamente, as injunções das modalidades discursivas desenhadas pela tradição são importantes em face das expectativas do público, como se o documental e o estético estivessem separados. Equívoco inevitável, porém nada justificável quando se considera o caráter criativo das linguagens e dos meios. A liberdade expressiva do ficcional não é mais facilitadora para o ato criativo do que a suposta objetividade informativa, porque ambas se constituem igualmente como tessituras de um sujeito entreamando discursos e visando a vínculos interacionais nos quais os fatos da realidade só podem se manifestar sob a forma de um parecer verdadeiro. Deve-se levar em conta ainda que o filme também está premido pelo apelo sensorial da "última geração" das tecnologias da informação e da comunicação. No entanto, o filme de Cuarón é filmado em p/b, remete a uma memória afetiva que é colocada como autobiográfica, tem o ritmo desacelerado de produções mais antigas, trabalha com

atores desconhecidos, e consegue impor-se no cenário das grandes produções internacionais, sobretudo norte-americanas. Tem o mérito de agitar o espectador pelo ar de familiaridade que evoca, ao mesmo tempo como experiência do singelo, ao mesmo tempo pelo desconforto que provoca ao agarrar o espectador em sua armadilha de trazê-lo para dentro da cena desvelando as estruturas consensuais nas quais este se abriga para agir no mundo. Fazer sentir o sofrimento de outrem e reconhecer a falsa consensualidade da divisão dos sujeitos nas sociedades atuais dependem essencialmente da compreensão como política e estética se vinculam (Parret, 1997) para começar a compreender e discutir os conflitos humanos da coexistência dos diversos.

## Referências

- Agamben, G. *A potência do pensamento: ensaios e conferências*. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2015.
- Arendt, H. (1997). *¿Qué es la Política?* Barcelona, España: Ediciones Paidós / I.C.E. de la Universidad Autónoma de Barcelona.
- Benveniste, É. (1991). Da subjetividade na linguagem. In: *Problemas de Lingüística Geral I*. São Paulo: Pontes.
- Benveniste, É. (1966). *Problèmes de linguistique générale*. Paris: Gallimard.
- Cabrera, J. (2010). Visión de la política en Hannah Arendt. In: *Frónesis*. Caracas, Venezuela: Facultad de Ciencias Jurídicas y Políticas Universidad del Zulia Maracaibo-Venezuela, 17 (2). Recuperado de [http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1315-62682010000200006](http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-62682010000200006)
- Cuarón, A. (Direção). (2018). *Roma*. [Película]. México.
- Didi-Huberman, G. (2010). *O que vemos, o que nos olha*. São Paulo: Editora 34.
- Gumbrecht, H. (2004). *Production of presence. What meaning cannot convey*. Stanford: Stanford University Pres.
- Gumbrecht, H. (2010). *Produção de presença: o que o sentido não pode transmitir*. Rio de Janeiro: Contraponto/ Editora PUC-RIO, 2010.
- Fontanille, J. (2015). *Formes de vie*. Liège, Bélgica: Presses Universitaires de Liège.
- Fontanille, J. (2016). *Corpo e sentido*. Londrina: Eduel; Paris: Presses Universitaires de France.
- Landowski, E. (1997). *Présences de l'autre*. Paris: PUF.
- Manovich, L. (2000). *The language of new media*. Cambridge/Londres: MIT Press.
- Parret, H. (1997). *A estética da comunicação: além da pragmática*. Campinas, SP: Editora da Unicamp.
- Rancière, J. (2005). *A partilha do sensível: estética e política*. São Paulo: EXO Experimental org./Ed. 34.
- Rancière, J. (2018a). *O desentendimento: política e filosofia*. São Paulo: Editora 34.

Rancière, J. (2018b). *Crónicas de los tiempos consensuales*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Waldhuter Editores.

Marques, Â., e Martino, L. M. (2019). O enquadramento do intolerável na imagem. In: *Imagens e alteridades*. Belo Horizonte, Minas Gerais: Selo PPGCOM/UFMG.

Recuperado de <https://seloppgcom.fafich.ufmg.br/novo/publicacao/afetos/>

**Conflitos velados e desvelados na articulação da política com a estética**

**Conflictos velados y descubiertos en la articulación de la política con la estética**

**Veiled and unveiled conflicts in the articulation of politics with aesthetics**

Kati Caetano<sup>38</sup>.

## Resumo

O artigo discute os conflitos de co-existência sob a ótica de um (des)acordo articulado à "partilha do sensível" e as estratégias enunciativas de sensibilização voltadas ao reconhecimento da subjetivação política.

## Palavras-chave

Subjetivação política, estética, muros. "Roma" (Alfonso Cuarón).

## Resumen

---

<sup>38</sup> Kati Caetano (Brasil). E-mail [katicaetano@hotmail.com](mailto:katicaetano@hotmail.com) ORCID. 0000-0002-6744-180X. Professora titular do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Linguagens, Universidade Tuiuti do Paraná - UTP/Brasil. Doutora em Letras pela Universidade de São Paulo, com pós-doutorado em Semiótica (EHSS, Paris; Université de Limoges) e Linguística (École Normale Supérieure de Lyon; Université Paris VII). Professora titular aposentada da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, onde atuou como responsável pelas disciplinas de Linguística em Letras e no Curso de Comunicação Social, Jornalismo até 1995. Coordenadora de Pesquisa da UTP de 1996 a 1997; Pró-Reitora de Pós-Graduação de Pesquisa, Ensino e Extensão de 1997 a 1998 e criadora do Mestrado em Linguagens e Comunicação, aprovado pela CAPES em 1999, e sua coordenadora até 2003. Líder do Grupo de Pesquisa interações Comunicacionais, Imagens, Cultura Digital - INCOM/CNPQ/UTP. Autora dos livros *Literatura e sociedade: a prática da análise de discursos*; *Imagens à deriva* (co-autoria com Eduardo Peñuela Cañizal); *Curitiba: do modelo à modelagem* (co-autoria com Lucrécia D'Alessio Ferrara e Fábio Duarte), além de diversos capítulos de livros e artigos em revistas científicas. Coordenadora institucional de Projeto de Pesquisa em parceria da UTP com a Université Lumière Lyon 2, no âmbito do projeto internacional *Journalisme à l'heure du numérique* – JADN.

El artículo discute los conflictos de convivencia como un (des) acuerdo articulado al "reparto de lo sensible" y las estrategias enunciativas de sensibilización dirigidas al reconocimiento de la subjetivación política.

### **Palabras-clave**

Subjetivación política, estética, muros, "Roma" (Alfonso Cuarón).

### **Abstract**

The article discusses the conflicts of coexistence as an (dis) agreement articulated to the "redistribution of the sensible" and the enunciative strategies of sensibilization to the recognition of political subjectivation.

### **Key words**

Political subjectivation, aesthetics, walls. "Roma" (Alfonso Cuarón).



## Introdução

O foco neste trabalho é discutir a questão do acordo e desacordo em sua articulação com a política e a "partilha do sensível", com base no princípio de que ambas estão vinculadas à racionalidade da situação de fala<sup>39</sup>. Acordo ou desacordo, consenso/dissenso, entendimento/desentendimento são categorias empregadas aqui em sentidos similares porque comportam o eixo comum de um conflito exposto semioticamente. Elas não dizem respeito apenas às palavras, aos discursos, mas também à situação dos que falam/se exprimem, ao seu reconhecimento como sujeitos semióticos dotados de uma corporalidade que têm lugar e movimento no mundo. Desse ponto de vista, o desentendimento se ancora politicamente sobre um consenso necessário e, em geral litigioso, que é o de reconhecer, ou não reconhecer, a capacidade (poder de fala) a "uma parte dos que não têm parte", segundo expressão de Jacques Rancière (2018a; 2018b), portanto a tê-los na conta dos que "são" ou "não são". Essa com-preensão da distribuição desigualitária dos corpos e do domínio de fala, entendida como uma capacidade para o *logos* e não apenas para a emissão de vozes, estabelece de partida, e paradoxalmente, um comum de uma comunidade de litígio. Nesses termos, todo agir político implica tanto o reconhecimento quanto o rompimento desse conflito inicial na medida em que deve "desnaturalizar" uma ordem do viver junto baseado em lugares e funções próprios a cada parte, ou seja, deve revelar o caráter contingente da ordem social de atores discursivos peritos ou competentes. Como

---

<sup>39</sup> Consideramos fala em sentido amplo, como expressão de manifestações verbais e não-verbais, portanto como ato comunicativo constituído por linguagens de diferentes naturezas.

explica Rancière, essa ordenação das coisas se ampara na ideia de um comum dos sujeitos sociais ancorada na dimensão de um sensível que determina, de forma contingente, o que se dá a sentir:

Existe portanto, na base da política, uma 'estética' que não tem nada a ver com a 'estetização da política' própria à era da massas, de que fala Benjamin./.../ É um recorte dos tempos e dos espaços, do visível e do invisível, da palavra e do ruído que define ao mesmo tempo o lugar e o que está em jogo na política como forma de experiência. A política ocupa-se do que se vê e do que se pode dizer sobre o que é visto, de quem tem competência para ver e qualidade para dizer, das propriedades do espaço e dos possíveis do tempo. (Rancière, 2005, p. 16-17).

Merece destaque no seu pensamento a distinção entre duas lógicas: a do agir político, que inscreve o reconhecimento desse dano social, instituindo uma comunidade do desentendimento, e a da ação policial que configura uma suposta harmonia da distribuição dos corpos e dos lugares discursivos segundo identificações distintas. Consideramos policial para além de dispositivos específicos do aparelho de estado, concebendo-o como já acentuou Foucault, em sua presença nas práticas intersubjetivas em geral, o que o caracteriza como um componente necessário da dimensão política. Todo agir político, que visa a romper com a distância entre o que é falar e quem é competente para a fala, está também atravessado por ações policiais, podendo, inclusive, subverter a própria ordem estabelecida pelos aparatos de Estado e por um sistema jurídico.

Dito isso, compreende-se que o dissenso tem como base um consenso a ser superado para que o debate se institua não necessariamente como um acordo de interesses (mera discussão e disputa de interesses) ou por decisões judiciais, mas justamente como um litígio no qual se reconheça “a existência das partes como

partes, a existência de uma relação que as constitui como tais” (Rancière, 2018a, p. 39). Nesse sentido, a estética como partilha desse comum é condição inerente da política, para que esta se afirme como a forma possível de subjetivação de todos, pois, como postula Hannah Arendt, a política "trata del estar juntos y los unos con los otros de los *diversos*" (1997), e, conforme explica Cabrera, o poder, como o define a autora, é "el espacio de aparición en el que una pluralidad de seres diversos es capaz de hablar y actuar conjuntamente" (2010).

Não há, assim, acordo propício, político e estético, fora desse cenário que é por si estruturado sobre o reconhecimento da legitimidade do dissenso. A discussão política, nesses termos, “indaga quem tem direito a proferir um discurso portador de sentido” (Ribeiro, apresentação de capa do livro de Rancière, 2018a), e o agir político teria como sustentáculo a atribuição de existência modal entre todos os membros de uma comunidade, encarados como sujeitos semióticos. Não se trata, porém, de uma igualdade vazia, e nem de consenso, insistimos, mas de uma igualdade de sujeitos a serem contados enquanto membros de um comum de fala, por si litigioso (porque põe em xeque os sistemas decisórios e peritos), que permite processos de subjetivação política para além de soluções pontuais pré-fixadas. Na esteira de Rancière, concebemos a subjetivação como a capacidade de reconfigurar um campo de experiências pela “produção, por uma série de atos, de uma instância e de uma capacidade de enunciação que não eram identificáveis” nesse mesmo campo. (2018a, p. 49). Ela assegura assim o papel da linguagem para a potência de /ser/e /fazer/ de uma existência semiótica (Agamben, 2015), assentada não apenas em atos de fala, mas sobretudo em formas de vida (Fontanille, 2015) que integram

um modo de estar presente no mundo e de se ajustar ao movimento da sociedade, de intervir, retrucar e agir; em suma, fazer sentido, criar estratégias, integrar práticas construindo suas formas de existência. Em seu viés linguístico, já preconizado na década de 60 por Émile Benveniste (1991; 1ª edição em francês data de 1966), a subjetividade se constitui na e pela linguagem, porque é no âmbito dos discursos que a língua aparece como uma arena de conflitos ideológicos. Embora o autor estivesse se referindo na ocasião à linguagem verbal, ou seja a língua, seus ensinamentos conduziram à dilatação dos estudos enunciativos aos processos semióticos em geral, porque permitiram postular as posições dos sujeitos em situações discursivas pelas quais criam e inscrevem suas subjetividades, e também as de outrem, colocado como aquele a quem um "eu" se dirige - o "tu". Estabelece assim as condições de produção dos discursos, tendo no quadro enunciativo o foco da referência dos sentidos emanados pelos textos. Ao trazer a questão dessa relação para o campo da política, mesmo sem se colocar na esteira de Benveniste, Rancière evidencia os filtros sociais e ideológicos que instauram as divergências suscetíveis de qualificar ou desqualificar as vozes dos sujeitos como capacitadas (ou não) a articular decisões e opiniões. Nesse sentido, é que, amparando-se na cultura da antiguidade, mostra a distinção entre uma emissão portadora de *logos* e outra que não entra na contagem das estruturas consensuais que decidem pelas ordenações de espaços, posições e valores. (Rancière, 2018a; 2018b).

Além disso, configura modos de partilha sensíveis distintos, conforme reconheça e legitime uma ordem social de viver com, submetendo seu corpo e sua (não) fala à estrutura policial instituída, ou reagindo cognitiva, pragmática e

sensivelmente para se afirmar como um dos que falam e contam entre os demais.

### **Barreiras de comunicação?: a prova inquestionável dos muros ao redor do mundo/ a naturalização da domesticidade humana na vida cotidiana**

Dois empíricos são exemplares para a condução de nosso raciocínio, porque representam uma mesma ordem de convivência, manifestada, no entanto, por marcas mais ou menos evidentes de contagem do outro como um ser de fala e por direções distintas da abordagem enunciativa. Ilustram, portanto, o movimento de ordenação da co-existência explicitado na discussão anterior, ao mesmo tempo que evidenciam estratégias discursivas diferentes para fazer sentir a condição dos que sofrem com a falta de visibilidade e voz em meio aos conflitos sócio-econômicos e políticos.

Trata-se, de um lado, da existência de muros separando pessoas em vários pontos do mundo, e justificando sua construção por motivos sociais, religiosos, político-econômicos. Para essa discussão, recorreremos ao recorte empírico da forma como o fato é midiático em uma série de reportagens do jornal brasileiro *Folha de S. Paulo* (2017)<sup>40</sup>, embora vários outros jornais tenham se dedicado a abordar o fato, normalmente de uma perspectiva crítica pelos efeitos nefastos que tais segregações implicam para aqueles que estão do lado "não contável" do muro. O outro exemplo inscreve-se no contexto ficcional, mas considerado como obra de inspiração autobiográfica: o filme mexicano - *Roma* - de Alfonso Cuarón (2018). Aparentemente díspares, uma vez que assumem o efeito de sentido do "falar

---

<sup>40</sup> *Um mundo de muros: as barreiras que nos dividem* (2017), São Paulo, *Folha de S. Paulo*, disponível em <https://arte.folha.uol.com.br/mundo/2017/um-mundo-de-muros>.

verdadero" (do discurso de informação) e do "parecer verdadeiro" (no caso do filme), ambos exemplos interessam justamente pela solução enunciativa que encontram, além ou aquém de serem ou não "verdadeiros", para descrever, e ao mesmo tempo problematizar, situações de conflitos em sociedades de grandes contrastes econômicos e, por decorrência, graves problemas de ordem sociopolítica.

A série *Um mundo de muros - as barreiras que nos dividem* engloba sete reportagens que envolvem conflitos em fronteiras (México/EUA; EUA/México), entre povos e etnias (Cisjordânia/Israel; Kênia/Somália; Sérvia/Hungria), ou grupos sociais dentro de um mesmo país (Peru, Brasil - Vila Esperança em Cubatão), entre as 70 barreiras físicas registradas atualmente no mundo. Enquadra-se na modalidade de jornalismo documental, por isso a diversidade de operações encontra sua justificativa na busca de um adensamento da informação e da sensibilidade.

Sua proposta é a de expor a heterogeneidade de vozes em relação ao conflito, provendo o leitor de informações contextuais, históricas, geopolíticas e culturais. Adota a estratégia de expor as divergências dos dois lados envolvidos delegando voz aos habitantes apresentados na condição de testemunhas, ao mesmo passo que vai formalizando visualmente os espaços de vivência dividida pelos obstáculos: muros, cercas, viadutos. Do ponto de vista dos recursos visuais, a estratégia segue os procedimentos tradicionais das reportagens multimidiáticas acrescidas agora de uma estética cada vez mais usual para atrair a atenção do

leitor - as fotografias *longforms*, normalmente de extensão vertical ao longo de todo o movimento de rolagem da tela (embora alguns casos na horizontal comecem a aparecer), os vídeos em 360º que estimulam a interação do internauta para movimentar-se na superfície da imagem, as infografias interativas, áudios captados em situação, entre outros recursos. Em artigo recente, apontamos a recorrência desses lances estéticos como a criação de um "valor-experiência" a ser acrescido ao valor-notícia. Na verdade, o valor-notícia nesses casos constitui-se não apenas da relevância dada a um fato, mas busca-se dar a sensação de presentificação do relato agregando ao valor informacional da notícia a dimensão sensível dos processos comunicacionais. Faz-se, assim, a crítica de forma não expressa, alimentando a solidariedade do leitor pelo caráter performativo das imagens, do que deriva uma situação ambivalente imposta pela necessidade de se tomar uma posição frente ao conflito, reconhecendo a sua complexidade ("cada lado tem suas razões"), ao mesmo tempo que sendo direcionado a sofrer junto pela eficácia das estratégias de interação viso-gestual. Com isso, a matéria informativa não toca o cerne do problema, pois ao expor o jogo de interesses de forma igualitária, negligencia a tensão primal do lugar do discurso de cada um. Ou seja, tenta dar identidade aos diferentes envolvidos, mas não percebe que, nos termos em que se apresentam, um dos lados está excluído da lógica de "partes como partes", na designação de Rancière (2018a; 2018b), e a confrontação de seu corpo à materialidade do muro impedindo-o de qualquer movimento é a materialização mais evidente desse consenso litigioso generalizado, uma vez que estabelecido mesmo sob fortes críticas. O movimento, ao contrário da mera mobilidade, pressupõe o

sentir e a emoção, e é condição *sine qua non* para dar ao corpo a conformação sempre inacabada de sua presença e existência modal. Não "contar" a voz e a presença do outro é de princípio a interdição para qualquer confrontação de opiniões diferentes em busca de um acordo, uma vez que não há equilíbrio na balança dos que "contam" para a defesa de ideias e ações conflitantes.

O muro emerge como um obstáculo à subjetivação política na confrontação entre corpos-actantes, essencial para a constituição de uma existência semiótica e do devir inalienável do sujeito na reparação de sua incompletude. A ele não está interdita apenas a mobilidade do corpo físico, mas o movimento em direção à realização de suas buscas, e sobretudo a suspensão da potencialidade de seus anseios. A potencialidade, nessa ocorrência, é concebida tanto em seu caráter de possibilidade (de um poder sim) como de contingência (de um poder não), na perspectiva da discussão da potência do pensamento de Agamben (2015), a ser delineada pelo tornar-se sujeito na interação do corpo com o movimento.

Todas as informações e divergências que a mídia busca desvendar são apreendidas na esfera de um mundo factual, quando "designam, na verdade, entidades inscritas na questão política da partilha do sensível" (Rancière, 2018a, p. 129), não assimiláveis a razões próprias ou consensos negociados, mas que são abordadas pelo jornal com maior ênfase pelos recursos visuais. A reportagem traz no verbal a divergência de vozes de ambos os lados do muro mostrando o caos opinativo que representam (os motes de cada um), e no visual, invariavelmente o recurso a imagens "longform" e 360º, que nos fazem percorrer esteticamente os detalhes do campo que se estende além muro. No uso desses recursos, estão



representados os dois espaços em concomitância, aos quais o usuário sente estar acessando pelo movimento dado ao cursor. Com isso, amplia sua perspectiva, ao mesmo passo que percebe a diferença de condição apresentada de cada parte. Na contramão, portanto, de uma aparente neutralidade obtida pelo jogo de vozes divergentes apresentadas no texto verbal, emerge uma postura mais opinativa nessa aproximação do usuário aos ambientes representados visualmente. Em outros termos, a elipse de um posicionamento mais claro no verbal é preenchida com as distinções expostas pelos recursos oscilantes no trabalho com a imagem, de efeitos axiológicos, por meio dos quais o usuário sente estar se movimentando na estória. O sensível acionado pelo jornal é aquele, por conseguinte, de uma afetação do leitor/espectador em face do que está enunciado, cumprindo com tal procedimento um papel duplo: o da objetividade necessária que lhe é historicamente atribuído, de suprir o leitor de todas as informações e opiniões possíveis para que o mesmo tome sua posição frente às polêmicas, e outro mais recente, formalizado pelos projetos editoriais com toda a clareza na atualidade, embora não seja novo, que é o de criar experiência nos enunciatários. "Experiência" converte-se na palavra-chave do jornalismo contemporâneo e tem sido identificado a dispositivos digitais que atingem o sistema sensorial pelo emprego de ambientes imersivos (jornalismo imersivo, newsgames, imagens 360º, fotos *longforms* verticais ou horizontais que "sangram" as páginas virtuais). Cria-se uma estética do sensível que é de fato, como diz Manovich (2000), uma infoestética, de acordo com uma perspectiva novidadeira e bastante restrita às *start-ups* tecnológicas. Na verdade,

O caráter da combinação de todos esses elementos é próprio a um modo de visibilidade que neutraliza ou acusa a alteridade do estrangeiro.” (p. 129).

/.../ O limiar dessa rejeição não é, claramente, uma questão estatística. /.../ O imigrante de hoje é um operário que perdeu seu segundo nome [trabalhadores imigrantes], que perdeu a forma política desua identidade e de sua alteridade, a forma de uma subjetivação política da conta dos incontados. (Rancière, 2018a, p. 130).

Ao mesmo tempo, reafirma-se a dificuldade jurídica e política de solubilidade de uma situação<sup>41</sup>. Fazendo analogia a Didi-Huberman, quando se refere à necessidade de uma visada crítica a toda e qualquer descoberta memorativa, podemos dizer que a ex-posição dos diferentes pontos de vista e do papel vital dos excluídos de um lado do muro, coloca o objeto em seu cenário histórico e midiático, mas não o constitui em seu lugar de existência - " temos de fato o objeto, o documento – mas seu contexto, seu lugar de existência e de possibilidade, não o temos como tal. Jamais o tivemos, jamais o teremos. (2010, p. 174-175). Não resta dúvida que nesses casos tanto se atende a uma tendência estética, quanto se visa a fazer sentir pela mobilização do corpo-próprio do usuário a sensação de "estar na pele" de outro. O problema é que nessa lógica confundem-se a atitude crítica e o jogo lúdico que o uso desses recursos proporciona, além da inconveniência do uso de certas próteses tecnológicas imprescindíveis para se chegar aos resultados esperados. A organicidade entre as linguagens, os discursos, os meios agenciados

---

<sup>41</sup> Não se ignora o papel modal, temático, figurativo, passional e sensível dos sujeitos abordados como vítimas pelo jornal. O uso da voz própria aberto pela mídia (e não apenas da terceira pessoa, como voz delegada ao jornal para representá-los) constitui a possibilidade de uma subjetivação política, assim como os percursos narrativos e as formas expressivas que constroem, a despeito dos riscos enfrentados. Este trabalho, no entanto, concentra o foco na visibilidade que lhes é dada quando são segregados a um espaço de imobilidade e ruptura de seus movimentos e o modo como o discurso da informação vai ou não à raiz desses problemas.

é fundamental para que o valor de artifício do mecanismo seja sobrepujado pelo forte apelo às sensações e à sensibilidade. Estratégias, portanto, que vão além do mero recurso às potencialidades técnicas e dependem da capacidade de seus efeitos estésico-estéticos.

O outro empírico aparece sob a forma de uma ficção que se propõe autobiográfica, expondo igualmente as formas de viver junto, mas a interação entre funcionária e patroa no filme *Roma* é de diferente ordem. O filme é singelo, mas o manejo de composições figurativas e manobras enunciativas vinculadas à dimensão matérica do discurso fazem aflorar o caráter cognitivo sensível do sentido sendo sentido. Ou seja, não se trata de mecanismos da ordem das sensações desencadeadas pelo poder excitante de certas tecnologias, mas seu valor informativo está fortemente impregnado de um efeito experiencial sobre o espectador, tanto pelos afetos que desperta, quanto pela crítica que, astuciosamente, promove, voltada em ricochete ao próprio enunciatário e a seus modos de vida.

Cleo, a personagem que representa a empregada doméstica, trabalha em casa de uma família no bairro Roma, na Cidade do México. Morando na habitação, em cômodo recuado da casa, sua rotina, invariavelmente automatizada, consiste em efetuar as mesmas tarefas diárias que se iniciam com a lavagem da garagem e quintal da casa, sempre suja com excrementos dos dois cães dos proprietários, preparar o café da manhã, arrumar as crianças, ajudar a outra empregada da casa na limpeza geral e na organização das roupas e coisas. Eventualmente sai com a colega de emprego e acaba conhecendo um rapaz por quem nutre afeição e de

quem fica grávida, sendo logo abandonada ao confessar sua condição. Sofre muito, mas oculta a sua dor, mantendo os compromissos e atividades de atendimento costumeiros à família. A narrativa mantém-se recorrente e com ritmo desacelerado. A imagem de abertura do filme é significativa desse efeito de sentido, porque se demora numa sequência em que o ato de lavar o chão do quintal é captado em detalhes e com duração quase irritante, mas mostra a sua pertinência como recurso de apresentação da personagem e de sua vida, quase despercebida pela família, não fosse pelas funções que exerce em proveito das crianças e da casa. O bloqueio entre as pessoas, nesse caso, é abstrato, embora materializado sob diversas figuras: espaços de presença, formas de ação esperadas, relação vertical nas interações e nos modos recíprocos de se verem, além de outras marcas impostas pela condição econômica ou cultural, como roupas, cabelo, pertences, e inclusive gestos e domínio do espaço-tempo vivido. O lugar do sujeito no discurso é aquele do discurso no cenário de outros discursos, dentro de uma lógica policial que estabelece a ordem das coisas, inscrevendo padrões em um patamar distinto e distante daquele vivido pela empregada. Os corpos se encontram face a face, mas um muro imaginário os distancia de uma maneira mais incontornável do que os muros de fronteiras, uma vez que esses podem ser ultrapassados mediante riscos.

Na diferença sócio-econômica exposta em *Roma*, a intransponibilidade se anuncia em vários níveis da estrutura narrativa: pelo quase emudecimento da doméstica, pelo caráter rotineiro, invisível e interminável de suas tarefas, pela relação concessiva com o outro, mas também pelo contexto histórico paralelo das lutas políticas, da violência desigual do corpo a corpo dos estudantes com as forças

armadas nas ruas, em relação às quais a personagem e seu pequeno mundo parecem estar subtraídos. Em dois momentos do filme o afeto entre patroa e empregada se revelam intensos e espontâneos: quando aquela é abandonada pelo marido de forma abrupta e busca acolhimento no abraço da empregada, conjugando-as na dor de uma experiência comum (Cleo também foi rejeitada pelo rapaz com quem saía porque ficou grávida), e no final, quando a doméstica salva o filho menor da família de um afogamento, momento em que a sua valorização é manifesta. O vínculo afetivo nesse caso parece abafar a tensão do desacordo social em prol de uma espécie de acordo emotivo, o qual, mesmo sendo transformador do ponto de vista do sentir, não o é do ponto de vista político no âmbito do enunciado, porque não altera o *status quo* da relação vertical entre ambas. Ao contrário, afirma o caráter de excepcionalidade da situação, que, na ocorrência, é rompido por iniciativa da patroa, a quem compete na lógica da coexistência policial estabelecer as diretrizes de aproximação ou separação dos corpos. Da perspectiva da funcionária, há a consciência de que a mobilidade dos corpos em partilhas de sentimentos não implica qualquer movimento para o seu dever – continua a rotina de empregada a cumprir os deveres e solicitações, sempre disponível a “comandos” tácitos de distanciamento ou aproximação, embora atenta a seus afetos em relação à família.

Ao discutir as relações de alteridade, Landowski (1997) explica que as atitudes de assimilação, que esperam do "estrangeiro" a integração aos costumes do "nós" para que apague seus traços originais, e as de segregação, que eliminam *tout court* a presença daqueles que não fazem parte do comum em nossos

territórios, expõem uma afinidade evidente:

/.../ l'alterité ne peut ici être pensée que comme une différence venue d'ailleurs, et revêtant par nature la forme d'une menace. Assimilation et exclusion ne sont en définitive, on le voit, que les deux faces d'une seule et même réponse à la demande de reconnaissance du dissemblable: Tel que tu es, tu n'a pas ta place parmi nous. (p. 23).

Trata-se, em ambos os casos, também de uma violência, no sentido da dominância tácita de um corpo sobre outro (Gumbrecht, 2004; 2010) impedindo o devir de seu próprio movimento.

### **Discutindo as estratégias e seus efeitos sobre o sentir**

Se considerarmos as figuras da corporalidade e seus movimentos figurativos postulados por Fontanille (2016), quais sejam, o corpo como superfície de inscrições, como *locus* de agitações internas, como actante-dêitico que desenvolve deslocamentos no mundo e matéria sensório-motora em que se manifestam as moções íntimas, é possível afirmar que a ação desses sujeitos aqui estudados encontram obstáculos decisivos para a subjetivação política que permite construir suas identidades. O bloqueio desses movimentos (no sentido de sua própria rotatividade e não no encadeamento sintático de suas trajetórias) impede ou neutraliza a inscrição do corpo como contável, retira-o de sua possibilidade de deslocamento, tenta domesticar as manifestações de sua materialidade, pela desvalorização ou proibição de seus signos gestuais e de sua sensualidade estética, é indiferente às suas agitações internas, a seus espasmos vitais em face da busca de uma vida melhor ou uma sobrevivida.

Nos espaços divididos pelo muro, anula-se não só a visibilidade do corpo do outro, mas também de seus rastros de inscrição. Impede-se ou tenta se impedir o

devir histórico do sujeito que traça sua própria narrativa. Na ficção (autobiográfica) exposta pelo filme, o bloqueio é de outra ordem: ele se revela no corpo silencioso, quase autômato no cumprimento de sua rotina, na invisibilidade mesma da moça como um corpo de sentimentos e desejos, na domesticidade dos afetos. Evidencia-se igualmente na afeição contida dos padrões, no extravasamento a que se "permite" a patroa em situações de crise, mas liberado espontaneamente no carinho das crianças.

A violência nesse caso não aparece de forma brutal, ela se insinua como um processo naturalizado em que o afeto ainda é possível, a despeito da dominação de corpos que "existem" sobre corpos que "não existem". Tanto ao sujeito confinado a um lado do muro, quanto à doméstica indígena que conjuga o mesmo espaço físico da família, no entanto, parece só lhes restar "uma identidade sociológica, a qual então tomba na nudez antropológica de uma raça e de uma pele diferentes". (Rancièrè, 2018a, p. 130).

A enunciação do filme traz à tona tal problema sem o tom da indignação ou da revolta, e sim no âmbito de um descortinamento da contingência da ordem social. Se há uma crítica, essa se esparrama na forma do afeto, de uma mistura de amor e dor que a-feta a todos nós, enunciatários convocados a ler nas entrelinhas o que está além de uma memória de partes da vida em família. Vem em primeiro plano o contável da empregada índia, como protagonista não do filme, mas da desvelação desses incontáveis numa lógica naturalizada de funções e apegos que se não é questionada no enunciado, pela voz mesma da personagem, o é no contexto da enunciação pelo impacto do reconhecimento de nossas formas de vida.

Vê-se assim que o filme, em sua capacidade enunciativa, expõe uma condição de dissenso na distribuição dos corpos e da capacidade de fala, mas o faz inscrevendo o desentendimento como a condição política e estética que permite enfim uma heterogeneidade igualitária suscetível de pôr em xeque qualquer interpretação piegas de um comum de uma comunidade harmônica.

### **Considerações reflexivas**

Insistimos conclusivamente que não se trata aqui de opor duas formas de manifestação discursiva, como se todo filme tivesse essa efetividade estética e toda reportagem multimidiática uma resultante de ordem mais sensorial. Ao contrário, o que pretendemos enfatizar é a relevância dos modos de figurar e as escolhas enunciativas para a efetividade do fazer sentir. Obviamente, as injunções das modalidades discursivas desenhadas pela tradição são importantes em face das expectativas do público, como se o documental e o estético estivessem separados. Equívoco inevitável, porém nada justificável quando se considera o caráter criativo das linguagens e dos meios. A liberdade expressiva do ficcional não é mais facilitadora para o ato criativo do que a suposta objetividade informativa, porque ambas se constituem igualmente como tessituras de um sujeito entreamando discursos e visando a vínculos interacionais nos quais os fatos da realidade só podem se manifestar sob a forma de um parecer verdadeiro. Deve-se levar em conta ainda que o filme também está premido pelo apelo sensorial da "última geração" das tecnologias da informação e da comunicação. No entanto, o filme de Cuarón é filmado em p/b, remete a uma memória afetiva que é colocada como autobiográfica, tem o ritmo desacelerado de produções mais antigas, trabalha com



atores desconhecidos, e consegue impor-se no cenário das grandes produções internacionais, sobretudo norte-americanas. Tem o mérito de agitar o espectador pelo ar de familiaridade que evoca, ao mesmo tempo como experiência do singelo, ao mesmo tempo pelo desconforto que provoca ao agarrar o espectador em sua armadilha de trazê-lo para dentro da cena desvelando as estruturas consensuais nas quais este se abriga para agir no mundo. Fazer sentir o sofrimento de outrem e reconhecer a falsa consensualidade da divisão dos sujeitos nas sociedades atuais dependem essencialmente da compreensão como política e estética se vinculam (Parret, 1997) para começar a compreender e discutir os conflitos humanos da coexistência dos diversos.

## Referências

- Agamben, G. *A potência do pensamento: ensaios e conferências*. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2015.
- Arendt, H. (1997). *¿Qué es la Política?* Barcelona, España: Ediciones Paidós / I.C.E. de la Universidad Autónoma de Barcelona.
- Benveniste, É. (1991). Da subjetividade na linguagem. In: *Problemas de Lingüística Geral I*. São Paulo: Pontes.
- Benveniste, É. (1966). *Problèmes de linguistique générale*. Paris: Gallimard.
- Cabrera, J. (2010). Visión de la política en Hannah Arendt. In: *Frónesis*. Caracas, Venezuela: Facultad de Ciencias Jurídicas y Políticas Universidad del Zulia Maracaibo-Venezuela, 17 (2). Recupebrado de [http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1315-62682010000200006](http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-62682010000200006)
- Cuarón, A. (Direção). (2018). *Roma*. [Película]. México.
- Didi-Huberman, G. (2010). *O que vemos, o que nos olha*. São Paulo: Editora 34.
- Gumbrecht, H. (2004). *Production of presence. What meaning cannot convey*. Stanford: Stanford University Pres.
- Gumbrecht, H. (2010). *Produção de presença: o que o sentido não pode transmitir*. Rio de Janeiro: Contraponto/ Editora PUC-RIO, 2010.
- Fontanille, J. (2015). *Formes de vie*. Liège, Bélgica: Presses Universitaires de Liège.
- Fontanille, J. (2016). *Corpo e sentido*. Londrina: Eduel; Paris: Presses Universitaires de France.
- Landowski, E. (1997). *Présences de l'autre*. Paris: PUF.
- Manovich, L. (2000). *The language of new media*. Cambridge/Londres: MIT Press.
- Parret, H. (1997). *A estética da comunicação: além da pragmática*. Campinas, SP: Editora da Unicamp.
- Rancière, J. (2005). *A partilha do sensível: estética e política*. São Paulo: EXO Experimental org./Ed. 34.
- Rancière, J. (2018a). *O desentendimento: política e filosofia*. São Paulo: Editora 34.

Rancière, J. (2018b). *Crónicas de los tiempos consensuales*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Waldhuter Editores.

Marques, Â., e Martino, L. M. (2019). O enquadramento do intolerável na imagem.

In: *Imagens e alteridades*. Belo Horizonte, Minas Gerais: Selo

PPGCOM/UFMG. Recuperado de

<https://seloppgcom.fafich.ufmg.br/novo/publicacao/afetos/>