

CONTENIDOS Y DISCURSO COMUNICATIVO AUDIOVISUAL Y TEXTUAL



Juan Enrique González Vallés
y
José Rodríguez Terceño
(Coordinadores)



**Contenidos y discurso
comunicativo audiovisual
y textual**

JUAN ENRIQUE GONZÁLVEZ VALLÉS
Y JOSÉ RODRÍGUEZ TERCEÑO
(Coord.)

**Contenidos y discurso
comunicativo audiovisual
y textual**

Reservados todos los derechos. Queda rigurosamente prohibida, sin la autorización escrita de los titulares del Copyright, bajo las sanciones establecidas de las leyes, la reproducción parcial o total de esta obra por cualquier medio o procedimiento incluidos la reprografía y el tratamiento informático.

© 2015 Contenidos y discurso comunicativo audiovisual y textual

© Fórum XXI

© 2015 Editorial: ACCI

C/ Magnolias 35 Bis 28029 Madrid. España

Web: www.acciediciones.com

Tel: 0034 91 3117696

ISBN: 978-84-16549-14-6

Descargado de: www.visionlibros.com

© Foto portada: María Rita Vega Baeza. “Táctil”

Las opiniones expresadas en este trabajo son exclusivas del autor. No reflejan necesariamente las opiniones del editor, que queda eximido de cualquier responsabilidad derivada de las mismas.

Disponible en préstamo, en formato electrónico, en www.bibliotecavisionnet.com

Disponible en papel y ebook

www.vnetlibrerias.com

www.terrabooks.com

Pedidos a:

pedidos@visionnet.es

Si quiere recibir información periódica sobre las novedades de nuestro grupo editor envíe un correo electrónico a:

subscripcion@visionnet.es

El presente libro, *Contenidos y discurso comunicativo audiovisual y textual*, tiene como objetivo mostrar ante la Academia investigaciones originales en el ámbito de la docencia, innovación e investigación, aplicado principalmente a los campos de: Comunicación, Sociología, Tecnologías Audiovisuales y de la Comunicación.

Los siguientes capítulos constituyen los resultados de nuevos aportes dentro de la colección española 'Nuevo impulso educativo' a fin de que sean expuestos mediante su difusión ante la Comunidad científica especializada en el área temática de la innovación educativa y los nuevos espacios docentes.

Asimismo, constituyen un esfuerzo científico por realizarse en ellos un análisis actualizado, crítico y valorativo a partir del estudio de las fuentes especializadas de información del área disciplinar en la que se desarrolla el estudio presente, tanto en formas como en contenidos.

Para cumplir los criterios de calidad con el necesario celo, se ha constatado que los capítulos presentados no han sido publicados previamente en su totalidad, y que son, por tanto, originales, fruto de investigación y/o reflexión propia (para los de tipo ensayístico), así como que nunca han sido postulados para otras publicaciones del tipo que fueren.

También se constata que su publicación ha contado con el consentimiento de todos sus autores y el de las autoridades responsables (tácita o explícitamente) de las investigaciones en que algunos capítulos están basados.

A fin de mantener un nivel de exigencia muy elevado en cuanto a la calidad de los contenidos, siempre desde el enfoque del rigor científico, la Editorial de esta Colección universitario-científico-profesional verifica que el proceso de revisión de manuscritos se ha realizado bajo el principio de la revisión arbitral por pares categoriales, mediante dos informes ciegos (y un tercero decisorio de existir discrepancias entre ambos), por revisores externos a

la editorial ACCI y pertenecientes a la Comunidad Universitaria Internacional, en especial a la de la Lengua.

El Coordinador y el Editor han verificado que todos los manuscritos son de carácter científico, presentan un alto nivel de redacción, investigador y de coherencia por lo que, finalmente, todos los textos cumplen con el objetivo y alcance temático del libro y de la colección en que éstos se hallan incardinados.

Los evaluadores universitarios designados, en su labor arbitral, han valorado los siguientes aspectos:

- a) Originalidad del manuscrito;
- b) Metodología empleada;
- c) Calidad de los resultados y conclusiones, así como coherencia con los objetivos planteados en el libro y en la Colección '*Nuevo Impulso Educativo*'; y
- d) Calidad de las referencias bibliográficas consultadas.

Todo este esfuerzo por conseguir la excelencia en la divulgación en los planos formal y de contenidos se ve reflejado en las siguientes páginas, donde se aúnan la innovación e investigación, a la que conducen los nuevos retos curriculares, con la más clásica tradición universitaria.

Creemos que este gran esfuerzo, que ya se ha visto compensado por la satisfacción del trabajo bien hecho, se volverá a ver justificado por la cálida acogida que los lectores harán, a buen seguro, de él

David Caldevilla Domínguez
Universidad Complutense de Madrid (España)
Coordinador de la Colección '*Nuevo Impulso Educativo*'

ÍNDICE

Introducción	
<i>Juan Enrique González Valés,</i>	
<i>José Rodríguez Terceño</i>	17
I Integración de metodología cuantitativa y cualitativa en el estudio de la comunicación de masas: estado de la cuestión	
<i>Miguel Álvarez-Peralta</i>	23
II Derecho, comunicación y sociedad: regulación de la cultura en el discurso de los tribunales de justicia y los medios de comunicación	
<i>Carlos del Valle Rojas, Antonio Arroyo Almaraz</i>	59
III El uso propagandístico de la fotografía: aplicación de un modelo semiótico	
<i>Ana Isabel Barragán Romero,</i>	
<i>Antonio Pineda Cachero</i>	85
IV Estudio de la sintaxis en los textos informativos de especialidad económico-financiera en lengua inglesa. Análisis comparativo de acuerdo con su grado de especialización	
<i>Yolanda Berdasco Gancedo</i>	111
V Discursos mediáticos, representaciones e imaginarios de los atentados del 11-S a través del análisis audiovisual	
<i>Alejandro Montes Muro,</i>	
<i>Francisco Cabezuelo Lorenzo</i>	133
VI Estereotipos regionales y nacionales en televisión. El caso de <i>Españoles en el mundo</i>	
<i>Sergio Cobo-Durán,</i>	
<i>Víctor Hernández-Santaolalla</i>	159
VII La comunicación no verbal en las relaciones interpersonales de trabajo	
<i>Luis V. Doncel Fernández</i>	179
VIII Hacia la ciudad 2.0. Un nuevo impulso en la interactividad social	
<i>Mario Barquero Cabrero, José Rodríguez</i>	
<i>Terceño, Juan Enrique González Vallés</i>	207

IX	El operación triunfo de la imagería procesional: Los premios de “La hornacina”, un arte antiguo para una comunicación moderna <i>Antonio Rafael Fernández Paradas</i>	225
X	El consumo y preferencia de mensajes de televisión por estudiantes universitarios <i>Laura Lizeth Campos Guido,</i> <i>Juan Antonio Garza Sánchez</i>	251
XI	Inmigración y ciudadanía: discursos mediáticos sobre la inmigración del este de Europa en España <i>Patricia González Aldea</i>	281
XII	El papel del silencio inexistente de las personas sordas en la comunicación de la empresa responsable <i>Patricia Madrigal Barrón</i>	309
XIII	El lado intangible de los territorios <i>Magdalena Mut Camacho</i>	333
XIV	Cultura de la convergencia en el género de la ciencia ficción <i>Pablo Navazo Ostúa</i>	351
XV	El AT como herramienta para guionistas de cine y TV <i>Graciela Padilla Castillo, Paula Requeijo Rey</i>	383
XVI	La mujer como género periodístico: Una verdad teatralizada <i>Antonio Parra Pujante</i>	417
XVII	Taxonomía temática e iconográfica del género cinematográfico de ciencia ficción <i>Cristina Pérez de Algaba Chicano</i>	433
XVIII	Poder - saber y discurso en la práctica educativa <i>Javier Rodríguez Torres,</i> <i>Mayte Bejarano Franco</i>	461
XIX	Análisis semiótico de la imagen publicitaria en las revistas de estilo masculinas <i>María del Mar Rubio-Hernández</i>	475
XX	Figuras femeninas en las series de animación: proceso de recepción y efectos <i>Inmaculada Sánchez-Labella Martín</i>	501

XXI	La importancia económica y social de las industrias culturales en México; particularidades de la industria discográfica en el siglo XXI <i>Cristian Daniel Torres Osuna</i>	527
XXII	Filosofía, ética <i>indolora</i> y aprendizaje de las TIC. Nuevos fenómenos de la comunicación <i>Rita Vega Baeza</i>	553
XXIII	Panoramas de la recepción de cine iraní en España <i>Farshad Zahedi</i>	567

Todos los textos recogidos en el presente libro han superado un estricto proceso de inclusión derivado del examen científico mediante evaluación por pares ciegos llevado a cabo por miembros del presente Comité Científico.

Comité científico del presente libro:

BARQUERO CABRERO, MARIO.

ESERP de Madrid y Universidad Rey Juan Carlos (España)

ANTOLÍNEZ MERCHÁN, PILAR.

Universidad Camilo José Cela de Madrid (España)

BERNAD MONFERRER, ESTELA.

Universidad Jaume I de Castellón (España)

BRIGAS FERNANDES, JOAQUIM MANUEL.

CEPESE y Universidad de Oporto (Portugal)

BROWNE SARTORI, RODRIGO.

Universidad Austral de Chile (Chile)

DE LA ORDEN, MARÍA DEL CARMEN.

Universidad Rey Juan Carlos de Madrid (España)

DOMÍNGUEZ MATITO, FRANCISCO.

Universidad de La Rioja (España)

LINARES HERRERA, MANUEL.

Universidad de La Habana (Cuba)

MARTA LAZO, CARMEN.

Universidad de Zaragoza (España)

PÉREZ CUADRADO, PEDRO.

Universidad Rey Juan Carlos de Madrid (España)

PUEBLA MARTÍNEZ, BELÉN.

Universidad Rey Juan Carlos de Madrid (España)

RAMÍREZ LEYVA, FLOR MICAELA.

Universidad de Guadalajara (México)

SÁNCHEZ GONZÁLEZ, PILAR.

Universidad Complutense de Madrid (España)

SANTOS MARTÍNEZ, JANNETH.

Universidad de Bucaramanga (Colombia)

SILVA ECHETO, VÍCTOR.

Universidad de Zaragoza (España)

VIDAL RAMÉNTOL, SALVADOR.

Universidad Internacional de Cataluña (España)

VERES CORTÉS, LUIS.

Universidad de Valencia (España)

YUNTA HIDALGO, MARÍA DEL CARMEN.

Universidad Complutense de Madrid (España)

*Jóvenes, amad el trabajo y el estudio,
porque son bienes que jamás se agotan...
por eso el Gobierno ha de ser labrador,
cultivador de cerebros y de almas”*

(Joaquín Costa Martínez, 1846-1911)

INTRODUCCIÓN

Juan Enrique González Vallés
y José Rodríguez Terceño

U. San Pablo CEU y ESERP campus de Madrid (España)

Los últimos años han sido testigos de una actividad investigadora inusualmente feraz en el campo de la Comunicación y, por ello, de un aumento exponencial en la producción científica visibilizada internacionalmente en España. Esto ha sido posible gracias al esfuerzo de investigadores, editoriales y revistas universitarias, quienes han permitido situar a España en el mapa de los países más publicadores y, a su vez, esta ola productiva ha logrado tirar de los países de la Lengua mediante el empleo de las mejoras ofrecidas por las TIC, hasta límites considerados como ‘increíbles’ no ha mucho tiempo.

En este estado de cosas hemos de incardinar esfuerzos como el presente: la publicación de un libro de capítulos en torno al eje común formado por los contenidos y los discursos comunicativos audiovisuales y textuales de vanguardia.

La editorial ACCI creó hace 5 años una cimera colección titulada ‘*Nuevo Impulso Educativo*’, actualmente puntera en cuanto a número y calidad de trabajos publicados, en la que hallan cabida este tipo de textos. Esta labor editorial, al igual que la de otras editoriales que han apostado por este mismo tipo de mercado, merece todo el agradecimiento de la Acade-

mia puesto que sin él no habría investigación dado que no existe aquello que no se hace público.

En cuanto al libro que aquí nos ocupa, *Contenidos y discurso comunicativo audiovisual y textual*, podemos destacar, a título introductorio, que la recopilación de capítulos que abarca supone un fresco sobre los diversos aspectos que influyen, afectan y conforman la comunicación en todos los pasos de su proceso en relación a variados ámbitos de las actividades humanas.

En este texto hallamos capítulos dedicados al derecho, en su vertiente comunicativa, dado que este aspecto siempre ha sido considerado menor frente a los tecnicismos propios del funcionamiento jurídico, pero no por ello menos importante. Quizás esta falta de conocimiento por parte del público en general de las trazas informativas de los procesos jurídicos ante los medios de comunicación por parte de los Tribunales abre una nueva posibilidad para reflexionar y avanzar por este camino.

También la comunicación para masas, analizada desde la perspectiva del mensaje, de la propaganda, de las nuevas TIC se erige como tema central y más abundantemente presente en estas páginas. No se trata de plantear un repaso a todas las posibilidades ofrecidas por las técnicas de comunicación destinada a las masas, camino *ad infinitum*, sino de plantear ante el lector un mosaico de opciones, de capacidades, de posibilidades, que la comunicación ofrece para generar Opinión pública, desde áreas como la semiótica, la fotografía, la propaganda, la publicidad e incluso desde el ámbito de la comunicación política y mercantil.

Deteniéndonos un poco más en este último tema citado, dada su importancia, remarcamos que destacan por su originalidad los trabajos dirigidos a ex-

plicar los discursos económicos y mercantiles ya que la importancia de este mundo dinerario, verdadero amo del mundo en la sombra, es indiscutible, y más, habida cuenta de que parte de su poder lo obtiene a partir de su forma de comunicar o silenciar datos. Las conclusiones extractables de estos trabajos son, cuando menos, impactantes en lo referido a las sutiles técnicas empleadas.

Desgraciadamente el terrorismo, como aciago protagonista de estos últimos tiempos, también es centro de estudio en varios trabajos, en los que se puede comprobar cómo la comunicación sobre éste ha estado salpicada de intereses partidistas, por encima de la verdad y del sentimiento de las víctimas.

Podríamos enumerar, de entre los publicados, varios temas más clásicos, como el cine o la televisión como herramientas del cómo discursivo e incluso también el tema del género se asoma en uno de los trabajos presentados. Nada puede sustituir la lectura del libro y como tal preferimos dar paso a las páginas, numerosas, de los capítulos que se siguen; no obstante no podemos dejar pasar por alto el hecho de que el esfuerzo por divulgar, por informar, de sus autores merece un elogio que entendemos como reto en este momento y que afrontamos en este agradecimiento: Las más de las veces, la Academia es evaluada a partir de la capacidad que sus miembros muestran en dar a conocer sus investigaciones y líneas de trabajo. Esta labor, esfuerzo añadido al docente y al investigador, supone que se dediquen muchas horas a dar forma específica a los trabajos, a conocer los caminos más adecuados para llegar al fin deseado: hacer que los demás investigadores puedan acceder a estas pesquisas científicas, logrando así reconocimiento nacional e incluso internacional en los casos más amplios.

En este estado de cosas debemos incardinar los esfuerzos de los autores de este libro. No sólo han dedicado muchas jornadas a profundizar en los temas que más les interesan o aquellos que conforman su base docente, sino que han tratado de divulgar, dentro del rigor científico, esos hallazgos, avances y dudas que generan nuevos caminos a partir de las oportunidades que se les presentan a través de este tipo de esfuerzos editoriales.

Cabe señalar que este tipo de libros recopilatorios sobre amplios ejes temáticos, pues el fenómeno de la comunicación es poliédrico, son los más demandados por el público científico dado su amplio espectro de público diana ya que la pluralidad de contenidos hace que muchos lectores se acerquen a estas publicaciones buscando sólo el capítulo o capítulos de su interés inicial, para, posteriormente, ampliar su lectura movidos por la curiosidad, tan propia de la personalidad del investigador. Por ello, en un único volumen pueden hallar cabida temas cercanos, caberos, que permitan ampliar visiones antes condenadas a concentrarse en monografías que tardaban años en ver la luz o de divulgación restringida. Además, las nuevas tecnologías permiten que el libro de papel se vea superado por su edición electrónica, algo que en este caso también sucede.

A este esfuerzo por decir y decir bien queremos dedicar nuestras palabras iniciales en este libro porque creemos que es labor no suficientemente reconocida ni valorada tanto en lo referido a los autores como a las editoriales volcadas en la apuesta de agrandar los horizontes del conocimiento en Ciencias Sociales o Humanas mediante la contrastación, discusión y debate de los trabajos entre miembros de la Academia.

Nuestro más profundo agradecimiento a unos y otras por hacer posible que nuestros trabajos se difundan y

permitan relacionarnos a los investigadores de todo el mundo, en especial los unidos por la Lengua, ya que el conocimiento no es trabajo individual sino que avanza gracias a la colaboración entre personas y grupos con mismos intereses, pues como dijo Newton, *“Si he logrado ver más lejos, ha sido porque me he aupado a hombros de gigantes”*.

**Juan Enrique González Vallés
y José Rodríguez Terceño**
U. San Pablo CEU y ESERP
campus de Madrid (España)

I

INTEGRACIÓN DE METODOLOGÍA CUANTITATIVA Y CUALITATIVA EN EL ESTUDIO DE LA COMUNICACIÓN DE MASAS: ESTADO DE LA CUESTIÓN

Miguel Álvarez-Peralta
(U. Complutense de Madrid -España-)

1. INTRODUCCIÓN

El objeto de esta comunicación es aportar esfuerzos al actual intento por parte de la comunidad de investigadores de la comunicación de masas de superar los límites que los estudios estrictamente circunscritos a los diferentes paradigmas analíticos han evidenciado, argumentando a favor de una articulación concreta entre diferentes metodologías dentro del estudio de la comunicación de masas.

Para ello, tras un breve resumen del estado de la cuestión y a través de una revisión crítica de algunos de los paradigmas más vitales en este terreno, plantearemos una articulación concreta entre técnicas analíticas procedentes de varios de ellos, concluyendo con la correspondiente reflexión epistemológica. Por razones

de espacio disponible no se podrá ilustrar mediante un ejemplo detallado de investigación concreta los planteamientos metodológicos aquí esbozados, tareas para las que nos vemos obligados a remitir a otros trabajos (Álvarez-Peralta 2010a, 2010b).

Existen varios y valiosísimos intentos de formular los fundamentos de una “comunicología” o Ciencia de la Comunicación. Entre otros, pueden tomarse como ejemplos las referencias a una Teoría de la Comunicación de Masas (Muñoz, 1989) o a la Teoría General de la Comunicación (Valbuena, 1984; Abril Curto, 1997). Sin embargo, como señala Manuel Martínez en su obra *Para investigar la comunicación: propuestas teórico-metodológicas* (2008), este objetivo ha ido languideciendo en las últimas décadas.

En ausencia de un paradigma general de estudio de la comunicación de masas, sigue siendo necesario hoy día indicar los presupuestos teóricos y epistemológicos que cada estudio adopta, bien por referencia expresa a alguna de las escuelas internacionalmente reconocidas en este terreno, bien a través de una exposición más detallada de los mismos.

En este sentido la propuesta metodológica aquí presentada se inscribe entre los llamados Estudios del Discurso y en concreto recoge aportes de la escuela semiótica tanto como del Análisis Crítico del Discurso, lo que nos emplaza en un marco epistemológico y teórico divergente de los Análisis de Contenido propios de la escuela de la Mass Communication Research, que no obstante es reclamado como fuente de datos textuales a interpretar según nuestra perspectiva. En efecto, las interpretaciones y descripciones de la interacción discursiva que ofrece la semiótica, son habitualmente consideradas incompatibles con el marco positivista que imponen los análisis informatizados de textos propios de los «análisis de contenido».

Cuando hablamos de analizar discurso, hemos de precisar que se pretende no solamente caracterizarlo señalando sus propiedades formales y explícitas, ni tampoco limitarse a «revelar» aquellas que esperan al analista agazapadas, subyacentes en planos más implícitos de la comunicación. La «localización de elementos» y la acumulación de citas son insuficientes como análisis textual (Antaki, Billig, Edwards, & Potter, 2003). Ambas etapas serán necesarias para afrontar los objetivos últimos del análisis, que busca reconstruir un mapa a modo de «guía interpretativa» capaz de ubicar en su contexto histórico la interacción textual que el discurso establece al realizarse como práctica estratégica entre agentes sociales que negocian sus posibles sentidos y no como objeto estáticamente determinado y transmitido desde un punto de codificación-emisión hasta un punto de recepción-decodificación.

Para justificar las decisiones que motivan nuestra elección metodológica interparadigmática, vamos a revisar brevemente algunos de los actuales paradigmas analíticos de la comunicación de masas que han influido en la misma.

2. ANALIZAR EL DISCURSO MEDIÁTICO: LA COMPLEJA VARIEDAD DE PERSPECTIVAS EXISTENTES

Al afrontar el análisis del discurso mediático, la primera tarea es la decisión del marco analítico a adoptar para la investigación. A diferencia de lo que ocurre en otras disciplinas, el investigador neófito no encontrará dos o tres metodologías que se disputan la hegemonía en este terreno, flanqueadas por enfoques minoritarios, locales, o en desuso, que pugnan por hacerse un lugar en los estados de la cuestión actualizados. La revisión de la bibliografía sobre análisis de la comunicación de masas ni siquiera proporciona una cartografía que goce de amplio consenso al iluminar el conjunto de técnicas

y enfoques posibles, identificando con claridad sus límites, focos de atención, textos fundacionales y autores de referencia. Al contrario, el investigador encontrará un rico debate, mucho más animado que en otras disciplinas, no sólo entre paradigmas que rivalizan en un escenario más o menos establecido, sino entre metodólogos y defensores de paradigmas concretos que tratan de instaurar categorizaciones diferentes, aunque no irreconciliables, sobre los tipos de análisis de la comunicación existentes y las diferentes valoraciones de su productividad.

Dos factores acrecientan esta dificultad en la elección fundamentada de una perspectiva. De un lado, cierta tendencia de los paradigmas teóricos a presentar sus contenidos sin presentar su continente, y mucho menos sus limitaciones y alternativas rivales. Abundantes son los ejemplos, de publicaciones que presentan análisis y comentarios textuales sin una reflexión considerable sobre el paradigma en que se encuadran. La tendencia opuesta, a discutir sobre los requisitos teóricos y epistemológicos de ciertas aproximaciones «en construcción» con una amplitud, rigor y profundidad que contrasta con la escasez de ejemplos que ilustren su aplicación, también es fácil de localizar. Esto ha motivado quejas en las que coincidimos con Guba (citado en Erlandson, Harris, Skipper, & Allen, 1993) cuando asegura que «la literatura de los paradigmas alternativos ha sido extensa en teoría y corta en sugerencias procedimentales». Entre ambos polos de esta indeterminación se encuentra un rico mosaico de marcos metodológicos adaptados a los diferentes objetos de estudio que comprende el ámbito de la comunicación de masas con mayor o menor grado de definición e interconexión.

La enorme diversidad de perspectivas teóricas desde las que observar el fenómeno de la comunicación tiene su contraparte en el escaso desarrollo de su conso-

lidación como paradigmas pre-científicos en términos kuhnianos. El sistema de axiomas e interrogantes compartido es aún lo suficientemente inestable como para provocar una cierta confusión en la determinación del repertorio de enfoques. Mientras algunos autores optan por dividir las perspectivas entre cuantitativas y cualitativas (Delgado & Gutiérrez, 1994), otros diferencian entre positivistas y hermenéuticas o bien las organizan según las disciplinas de procedencia (Valles Martínez, 2003). El número de paradigmas, nomenclaturas y organización jerárquica también difiere entre autores. Incluso la consideración de lo que son «paradigmas», «escuelas», «tradiciones», «orientaciones», «teorías», «disciplinas», etc. se tambalea ampliamente de unos manuales a otros. Son varios los autores que han insistido en la condición de *inmadurez* y *pluridisciplinariedad* de la investigación en comunicación de masas, como estado previo a la constitución de una disciplina propiamente dicha. Merece la pena citar la descripción de Manuel Martínez (2008) , cuando hace notar que:

El desarrollo continuado que vienen experimentando desde hace aproximadamente una década los estudios sobre comunicación (y en concreto los referidos a lo que tradicionalmente se ha denominado comunicación de masas) autoriza a tenerlos como uno de los campos de investigación más dinámicos en el ámbito de las ciencias sociales y las humanidades en España. El reto que ahora debe afrontar la comunidad científica de los investigadores de la comunicación, prolífica por el volumen de su producción académica y ahora ya abiertamente pluridisciplinar, es el de alcanzar un estado de madurez que haga del campo algo no sólo dinámico, sino dotado también de una progresiva solvencia científica.

Desde esta revisión sobre el estado de la cuestión, el autor se duele de que esta «no ha sido pródiga en tomarse a sí misma por objeto de estudio y reflexionar sobre sus intereses de conocimiento y prácticas científicas, sobre los saberes que genera, las aportaciones realizadas, las carencias en que incurre o las condiciones en que trabajan los investigadores», haciendo notar que sigue pendiente «determinar la validez de los enfoques teóricos a los que recurrimos, el rigor en el uso de las estrategias metodológicas ... » (Ibíd.).

Sin embargo, a pesar de las mencionadas dificultades, y paradójicamente en virtud de ellas, es deseable que el doctorando que necesita optar por uno u otro enfoque teórico no lo haga exclusivamente en base al «ambiente académico» que ha acogido su formación, ni al primer o último manual que cayó en sus manos, sino a una aceptable base de conocimiento sobre el panorama de la materia, que le permita evaluar críticamente la adecuación de cada opción a su objeto de estudio concreto teniendo en cuenta los recursos temporales y tecnológicos disponibles. Orientarse en la enmarañada constelación de enfoques que rivalizan por dar cuenta de la comunicación de masas para adquirir una opción argumentada superadora de los propios prejuicios es, desdichadamente, una tarea que amenaza con consumir la mayor parte del tiempo disponible para la investigación. La alternativa es comenzar a trabajar en la primera perspectiva aceptable con que nos topamos en nuestro recorrido formativo como investigadores en comunicación de masas, a riesgo de descubrir posteriormente que otra distinta se ajustaba mejor a nuestros objetivos, recursos o a la naturaleza del corpus elegido. A esta dificultad se añade la insistencia por un creciente número de expertos de recurrir a la interdisciplinariedad para la construcción del marco teórico de cada investigación, que invita a un mejor conocimiento de las especificidades de cada método. A continuación re-

sumimos brevemente algunos resultados de nuestra indagación al respecto, necesariamente superficial por lo breve, pero suficiente para la justificar la construcción del marco teórico y metodológico que proponemos.

3. APROXIMACIONES TEÓRICAS A LA COMUNICACIÓN DE MASAS

El proceso de abandono de la tendencia a desarrollar una teoría general de la comunicación a favor de una agregación de propuestas procedentes de las ciencias sociales, como la Economía Política de la Comunicación (en adelante EPC), perspectivas como los Cultural Studies o los estudios semióticos, deudores de la lingüística y la filosofía, obliga a considerar la comunicación de masas como un campo de estudio abiertamente pluridisciplinar, abordado desde terrenos tan diferentes como la lingüística, sociología, economía, filosofía o psicología, que sin embargo han ido articulando paradigmas específicamente aplicados a su estudio y por tanto entrelazables.

Siguiendo la concepción del hacer científico promovida por Tomas Kuhn y sus continuadores, quizá la condición necesaria para la integración y consolidación de paradigmas más ricos y globales en el estudio de la comunicación de masas sea precisamente la creación del espacio en el cual dichos paradigmas realmente compitan por dar cuenta del fenómeno, y puedan compararse así la amplitud y diversidad de fenómenos que permiten interpretar, la fertilidad de sus proyecciones teóricas, la adecuación entre las observaciones empíricas de diferentes grupos de investigadores en el seno de un mismo paradigma, la necesidad de invocar mayor o menor cantidad de axiomas *ad-hoc* para dar cuenta de fenómenos particulares —para identificar lo que Imre Lakatos denominara *paradigmas degenerativos*, por oposición a los *progresivos*—, la capacidad de prognosis, o

la consistencia interna y externa del conocimiento que acumulan. Esto permitiría medir la validez de distintas aproximaciones, incluso de aquellas que reniegan de las exigencias metodológicas del método científico. Si de acumular conocimiento se trata, aun aceptando que no podemos afirmar como la comunicación humana *es*, sería deseable aceptar, siguiendo la epistemología popperiana, el reto de determinar como la comunicación humana *no es*. Si renunciamos a aceptar la *falsabilidad* como criterio de valoración para los corolarios de las diferentes indagaciones, deberíamos quizá también renunciar a la consideración de *científicas* para nuestras investigaciones, pasando a considerarlas como aportaciones literarias o como ensayos informales, pues una de las características esenciales del conocimiento es su capacidad para ser falso, y por tanto refutado y mejorado.

La actual dispersión entre escuelas dedicadas al estudio de la comunicación constituye en nuestra opinión un fuerte obstáculo para la fundación de una ciencia de la comunicación o la información y obedece entre otros factores al hecho de que numerosas disciplinas que cuentan con paradigmas bien establecidos a lo largo de siglos se apresuran a llenar este vacío para dar cuenta del fenómeno tanto desde las ciencias sociales como desde las humanidades. A ellas, se suman Estudios interdisciplinarios que reivindican la consideración de nuevos objetos de estudio, como es el caso de la semiótica como disciplina dedicada a los procesos de sentido. En esos términos es reivindicada por el marco teórico que expondremos más adelante, como tradición ya bien asentada que se dota de metodologías y principios axiomáticos propios en su estudio del fenómeno del sentido, reuniendo desde variables socioeconómicas hasta lingüísticas, pasando por las psicológicas, para elaborar interpretaciones de los procesos por los que

los seres humanos conferimos significados a nuestras prácticas sociales en general y textuales en particular.

3.1. ESTADO DE LA CUESTIÓN: DIVERSAS CARTOGRAFÍAS DE PARADIGMAS CONCURRENTES

Casi todos los autores comparten la polarización de los enfoques analíticos textuales entre dos polos, uno que mayoritariamente aglomera los llamados *análisis de contenido* (en adelante AC) cuya escuela destacada sería la *Mass Communication Research* estadounidense, de corte positivista, cuantitativo, que hace uso masivo del análisis computerizado y estadístico del léxico de los textos; en el otro polo situaríamos las diversísimas escuelas mayoritariamente europeas englobables bajo la etiqueta de *análisis del discurso*, inter y multidisciplinar, de corte cualitativo, y que mayoritariamente rechaza la epistemología positivista a favor de perspectivas que revalorizan diferentes nociones de subjetividad interpretativa. Incluso esta división requiere de muchas matizaciones. Mientras que algunos autores (Colle, 2001), recuperan por ejemplo el análisis actancial greimasiano como análisis de contenido bajo una perspectiva cuantitativa, la mayoría lo sitúa en perspectivas interpretativas de análisis narrativo del discurso. Ciertos autores (Andréu Abela, 2003; Piñuel Raigada, 2002) dividen los Análisis de Contenido entre cuantitativos y cualitativos, rompiendo con la división inicialmente planteada.

Sería además interesante contar con un mapa no estático sino dinámico, es decir *histórico*, de las diferentes perspectivas, pues resulta de vital importancia diferenciar aquellas en retroceso o desuso respecto de las emergentes en cada ámbito geográfico y académico. En este intento se encuadra la obra de Miguel Valles (2003) *Técnicas cualitativas de investigación social: reflexión metodológica y práctica profesional*, que enumera las formas de análisis cualitativo que resumimos a continuación de forma muy simplificada.

A principios del s. XX, la «escuela de Chicago» empezaría a establecer principios formales en la investigación en comunicación de masas que desembocarían en los años 30 en la escuela de la Inducción Analítica. En ella hunde sus raíces la tradición positivista y estadística hegemónica en Estados Unidos a lo largo de todo el siglo pasado.

Desencantados por el estrecho corsé de la estadística aplicada al texto, muchos autores comenzarían a hacer sus propios análisis cualitativos del discurso. En su estado de la cuestión, Barton y Lazarsfeld (1961) enumerarían cinco tipos diferentes de análisis cualitativos que se estaban practicando reiteradamente, entre ellos, el estudio de casos, la construcción de sistemas descriptivos, la relación pseudo-matemática de variables, y las formulaciones matriciales —que buscan descripciones estructurales abstractas del fenómeno de la comunicación—.

A finales de los años 60, con la intención de superar la «esterilidad teórica» de las exigencias positivistas aplicadas a la comunicación social, e incorporar la fertilidad del análisis «interpretativo», Glaser y Strauss (1967) fundarían la llamada *Grounded Theory* —que ha sido traducida como *Teoría Fundamentada*— basada en su *Método Comparativo Constante*, cuyo puntos más cuestionados han sido el «riesgo de inducción pura» y el excesivo énfasis en la generación de teoría, perdiendo potencial para la captación de la experiencia concreta vivida por los actores sociales.

Si la *Teoría Fundamentada* recogía el testigo de la *Inducción Analítica*, esta sería relevada, en un sentido más alternativo, por los enfoques semiótico-estructurales de análisis textual europeos, en su origen deudores del «giro lingüístico» que autores como Levi-Strauss o Greimas provocarían en la teoría social. Estos podrían incluir por otro lado la vertiente moderna del Análisis

de Contenido estadounidense, en sus modalidades semántica o reticular.

Finalmente, Valles remite a la noción de análisis del discurso en la que nos vamos a reconocer, como paradigma integrador de gran parte de la pluralidad de desarrollos teóricos y metodológicos dentro y fuera de las ciencias sociales, explotando su interdisciplinariedad. Según Valles, el análisis del discurso surge en la sociología marxista ligada al estudio de la ideología, frente al análisis de contenido americano. En este marco, el discurso no era un acto individual sino un producto social, mediado por la ideología en tanto que «estructura generadora de prácticas significantes» relacionada así con la competencia semiótica socialmente adquirida por los sujetos y la posición de clase dentro de la estructura social.

La ausencia más importante que encontramos en este esquema, sería la de la llamada Teoría Crítica encarnada por la Escuela de Frankfurt —la cual tiene hoy una herencia al menos en la escuela de la Economía Política de la Comunicación y en los Estudios Culturales—, que en otros mapas juega un papel central, como el que propone Blanca Muñoz (1989). La divergencia entre los esquemas anteriores no es menor que la que encontramos respecto de otros como el de Ruiz Ruiz (2009) en su esquema que divide el análisis del discurso en tres niveles: *textual* (que comprende análisis de contenido y análisis del discurso), *contextual* (incluyendo al menos el situacional, de marcos, conversacional e intertextual) y *sociológico* (el nivel más global, que haría uso de los anteriores para relacionar el discurso con su espacio social). Esta última nuevamente evita toda mención a una Teoría General de la Información o Teoría de la Comunicación de Masas e introduce una categoría de análisis netamente *sociológico* del discurso, ausente en los esquemas anteriores, que permite englobar todos los tipos de

análisis, culminando el proyecto analítico del discurso al constituir el más alto horizonte, aquel que inscribe los textos en las prácticas y estructuras sociales que los materializan. Nótese que nuestra intención no es discernir el grado de corrección de unas u otras taxonomías, y que estas no son del todo incompatibles entre sí. Los mapas de herramientas analíticas presentados difieren, presumiblemente, porque están contruidos desde diferentes disciplinas y en diferentes momentos. Sus divergencias bastan sin embargo para ilustrar la necesidad, en vistas a constituir una disciplina de estudio de las comunicaciones sociales, de representaciones paradigmáticas no exhaustivas e inmutables, pero si más estables y difundidas, como las que encontramos en otros campos del conocimiento, tómese por ejemplo la lingüística, el derecho, o la economía. Sin embargo, esta condición de dinamismo algo caótico puede ser muy conveniente en el momento fundacional en que parece encontrarse los estudios sobre medios de comunicación. Pensamos, en resumen, que es trasladable esta conclusión que hace Ruiz Ruiz en referencia al análisis sociológico del discurso, nivel superior del análisis discursivo según su esquema, al conjunto de los estudios sobre comunicación de masas:

Basta con consultar los distintos manuales que se editan sobre el tema para comprobar que no hay unanimidad sobre qué se entiende por análisis [...], ni sobre cómo debe abordarse. [...] esta diversidad de enfoques, lejos de constituir un problema, muestra la riqueza y las posibilidades del análisis (Ruiz Ruiz, 2009, p. 2).

Tampoco es necesario acumular nuevas citas de otras taxonomías para señalar una tendencia observada: en general las diferentes escuelas tienden a reclamar para sí amplias regiones de análisis y relegar las perspectivas rivales que provienen de otras disciplinas a parcelas

muy limitadas. Este fenómeno atañe a casi toda la bibliografía de manuales y textos fundacionales revisada. Podemos calificarlo metafóricamente de «imperialismo escolástico», pues lleva a las diferentes escuelas a autoasignarse un objeto de estudio siempre socialmente contextualizado que anuncia atender una amplia y articulada variedad de dimensiones del fenómeno de la comunicación, invadiendo tendencialmente las áreas colindantes, mientras se tiende a criticar de los paradigmas rivales sus obsesiones metodológicas o epistémicas, faltas de definición, limitaciones o excesos. Estamos muy lejos de un escenario donde los paradigmas de estudio de la comunicación de masas acuerden un reparto del pastel en el que se reconozcan mutuamente su complementariedad en el estudio interdisciplinar de dimensiones diferenciadas de la comunicación, sino que a menudo tienden a reclamar todo el pastel para sí y mostrarse recelosos de las aproximaciones realizadas desde otras disciplinas.

Mientras hemos visto como desde la sociología algunos autores (Ruiz Ruiz, 2009) sitúan —de forma matizada— el análisis semiótico en un nivel de análisis textual que trata el texto como objeto, parejo a las posturas positivistas, otros (Abril Curto, 1997), prestan atención «a la construcción de las relaciones comunicativas en torno a prácticas textuales» revalorizando la actividad estratégica interpretativa de los destinatarios frente a la sobrevaloración del emisor a que tiende el análisis de contenido y escapando así al confinamiento de su actividad en el estudio de «el mensaje». Gonzalo Abril introduce en su manual la escuela de la SCM (Semiótica de la Comunicación de Masas), ausente de los anteriores esquemas, que tuvo sus programas de investigación más sugerentes en obras como las de Umberto Eco, y constituyó «durante el último cuarto de siglo una de las tentativas teóricas más persistentes en analizar la comunicación masiva desde la problemática del

sentido», interés que comparte con el paradigma de los «estudios culturales» (Abril Curto, 1997). Así, lo que persigue el análisis semiótico es el *sentido*, cuya naturaleza no es de objeto, sino de proceso dialógico mediante el cual la relación intersubjetiva se objetiva y expresa (Abril Curto, 1994). Por nuestra parte, reconociendo en la indagación del *sentido* el fin último de nuestra intención investigadora sobre la comunicación de masas, reivindicamos sin embargo el reconocimiento interparadigmático de una variedad articulada de objetos de investigación relacionados con la comunicación mediática como condición necesaria para el objetivo que formulábamos con Martínez Nicolás al inicio de este apartado de «alcanzar un estado de madurez que haga del campo algo no sólo dinámico, sino dotado también de una progresiva solvencia científica».

Ponemos fin aquí a esta discusión que hemos procurado «espolear» entre diferentes construcciones del terreno para problematizar la elección crítica del paradigma teórico que guiará nuestra investigación, y que parece sugerir, dada la inestabilidad o localidad de sus definiciones, la conveniencia de una perspectiva interparadigmática y más aún, trans-paradigmática, no con vistas a rechazar el valor de la constitución de paradigmas científicos y la inclusión de las investigaciones en los mismos, práctica que ha demostrado su utilidad a lo largo de los siglos, sino más bien obligados por la constatación de encontrarnos en un momento en el cual, para bien o para mal “se acabaron los paradigmas férreos, las disciplinas cerradas, las teorías omnicomprendivas y metodologías excluyentes, las certezas perennes» (Martínez Nicolás, 2008), donde las dinámicas impuestas por la llamada «sociedad líquida» (Bauman) han marcado una tendencia también en el espacio teórico académico en que todo lo sólido tiende a desvanecerse, a ser fugaz y a la hibridación, deconstrucción y reconstrucción permanente. Ante este devenir, nuestra

construcción analítica huye de posturas apocalípticas o integradas, buscando la construcción crítica de un marco teórico sincretista dispuesto a contribuir a un proceso de integración y reelaboración del espacio teórico en que pueda avanzar el deseable desarrollo de una ciencia de la comunicación de masas.

4. PROPUESTA METODOLÓGICA: ARTICULACIÓN DE HERRAMIENTAS DISPONIBLES PARA INVESTIGAR LA COMUNICACIÓN DE MASAS

Quizá hubiera sido deseable, para delimitar nuestra revisión, precisar el rótulo de este apartado sobre la idea de investigar en concreto *el contenido, el acto discursivo, el funcionamiento estructural, la ideología o el rol social* de los medios de masas. No obstante, es la articulación de estos aspectos y no alguno de ellos por aislado la que puede guiar una interpretación del discurso en el sentido de esclarecer positivamente la realidad del proceso social de la comunicación de masas. Nuestro objeto de investigación no se interesa únicamente por el contenido de los medios: no se trata de un comentario de texto limitado al «mensaje transmitido» de modo unidireccional ni a una elaboración de datos a partir del mismo. Tampoco es una preocupación estilística ni de orden lingüístico la que motiva nuestro trabajo, ni el discurso nos interesa en todas sus posibles dimensiones, sino como interacción social ideológica que supone la realización de un imaginario social concreto, lo cual se revela únicamente al observarla en tanto que práctica estratégica entre agentes con intereses particulares. Partimos así de la concepción de que todo discurso es ideológico, por tanto en todo análisis cabe referirse a las dimensiones sociopolíticas del mismo, pero a partir de este punto la construcción de nuestro marco teórico se irá enriqueciendo al atravesar de forma crítica y en un

orden intencional algunas de las diferentes tradiciones que vienen estudiando la comunicación de masas.

4.1. ANÁLISIS DE CONTENIDO

Las definiciones tradicionales de esta disciplina (Bardin, 1986; Berelson, 1952; Holsti, 1969; Krippendorff, 1990; Lasswell, 1949) convergen en un único denominador común: la reivindicación de *objetividad* —que en el enunciado de Krippendorff se oculta bajo los términos «validez» y «reproductibilidad»—, lo que las induce además a una tendencia a centrarse en el contenido *explícito* del mensaje.

Efectivamente, la potencia del AC como herramienta para la obtención de conocimiento radica en su preocupación por la búsqueda de la objetividad, lo que le lleva a hacer un uso masivo de las matemáticas y en concreto de su aparato estadístico. Parece evidente la fortaleza argumentativa que la búsqueda de objetividad aporta a un estudio de la comunicación de masas, sobre todo en la medida en que conecta este con la metodología propia del método científico universal. Sorteando por el momento la discusión epistemológica que enfrenta diferentes posiciones al respecto, nos conformaremos con ejemplificar que las interpretaciones ideológicas que de una interacción discursiva se ofrecen tienen siempre una fuerte componente subjetiva, y son ampliamente cuestionables, mientras que los datos de primer, segundo o tercer orden obtenidos mediante técnicas muy definidas como exige el AC, solo serán refutables en términos científicos, es decir en la medida que es discutible la teoría que organiza su producción a partir de un texto. Dicho de otro modo, cabe considerar los datos como un elemento mucho menos refutable que su interpretación. Para tratar de ilustrar mediante un ejemplo: establecer si la palabra «Washington» aparece tres o trescientas veces más en un texto concreto que la palabra «Burundi», así como identificar los adje-

tivos y adverbios que acompañan a cada una, y aplicar a estos datos un algoritmo matemático definido, resulta por sí solo estéril en cuanto a generación de teoría, pero ofrece mucha menos «discusión» en tanto que restringe hasta el extremo el papel de la subjetividad. Otro asunto serán las conclusiones que dichos datos puedan arrojar en cuanto a las estrategias de tematización o de construcción de marcos interpretativos que el analista infiera a tenor de esos datos, así como las causas o consecuencias que interprete para dichas estrategias. Entreveremos desde aquí nuevas potencialidades de este tipo de análisis: al estar más relacionados con una técnica —incluso una tecnología— claramente ubicable, resulta muy asequible para la formación del investigador neófito, así como útil a la comunicación de indagaciones y resultados, a diferencia de enfoques interpretativos en los que las dotes «artísticas» y retóricas —léase competencia semiótica— que exigen dificultan formidablemente el confuso camino de acceso a su aplicación, de carácter más «artesanal», que nunca exime al investigador de tener «buena mano». Por otro lado la validez de dos análisis de contenido que estudian un mismo fenómeno se preocupa por ser contrastable, lo que permite establecer amplios y argumentados consensos dentro de este paradigma sobre cuáles son *buenos* análisis de contenido y cuáles no lo son, salvando desde un principio el riesgo de incurrir en una metodología anárquica donde las investigaciones tengan todas un mismo valor, o adquieran un valor arbitrario. Paradójicamente, las debilidades que se han señalado del AC provienen del mismo ángulo que sus virtudes. El ajuste obsesivo a las exigencias positivistas más estrictas convierte toda indagación en un trivial juego de conteo léxico y aplicación estadística para inferir posibles relaciones entre texto y contexto que en última instancia jamás pueden considerarse definitivamente demostradas. Al recorrer la historia del AC, otros autores (cfr. Andréu

Abela, 2003) ya han mencionado la decepción de muchos investigadores que desde este paradigma llamaban a la «inspección» puramente teórica y poco sistemática de relaciones textuales y reivindicaban técnicas cualitativas de análisis (Barton & Lazarsfeld, 1961) como intento de salir del callejón de la esterilidad teórica en que el cientificismo dogmático había encerrado al análisis de la comunicación de masas.

En este sentido, análisis de contenido y análisis semiótico, lejos de repelerse mutuamente como indicarían sus asunciones epistemológicas, parecen requerirse recíprocamente. El segundo aporta fertilidad teórica al primero, pero también el primero aporta un «anclaje material» a la interpretación semiótica que le permitirá ponderar la relevancia y conexión entre categorías conceptuales que esta pondrá en funcionamiento. Este servicio resulta clave al analizar el discurso de producción masiva, permitiendo saltar del caso aislado, casual, arbitrario e intencional, a la interpretación de datos muestrales verdaderamente representativos del discurso. Especialmente los AC con objetivos *exploratorios* o los *descriptivos* de la estructura intra-textual, siguiendo la tipología de Piñuel Raigada (2002), como el que proponemos para nuestra metodología, no necesariamente pretenderán relacionar las variables dependientes manejadas en el análisis con variables independientes operativizadas sobre el contexto enunciativo correspondiente, si no que buscan *caracterizar* cierta *objetividad* el corpus a analizar, lo que les convierte en candidatos idóneos para su inclusión en un proyecto que reniega de la exigencia de la operativizar variables discretas como es el análisis del discurso, del que a continuación señalaremos en qué modo viene a ser acoplado en esta metodología.

4.2. ANÁLISIS DEL DISCURSO

Si encontrar una definición y tipología estable de los Análisis de Contenido resulta problemático, podemos

de antemano abandonar la intención de trasladar esta empresa con éxito al terreno de los Análisis del Discurso. Sin embargo, casi todas las definiciones del mismo, comparten un mismo núcleo que resume la principal funcionalidad que esta herramienta aporta a nuestra metodología: su insistencia en contemplar la dimensión performativa del lenguaje, concibiéndolo no como mero reflejo o representación del mundo, sino en tanto que acción y construcción social, capaz de conformar objetos, mundos, mentes y relaciones sociales.

Efectivamente, independientemente de que echemos mano del análisis metafórico (Lakoff & Johnson, 1980), modal (Lozano, Peña-Marín, & Abril, 1982), narrativo (Courtés, 1980), intertextual (Foucault, 1974) o de cualquier otra forma de análisis discursivo, en la medida que este se da por objeto el discurso en tanto que *interacción humana* no limitada a funciones descriptivas sino *generadora de realidades*, centrando por tanto el interés sobre la dimensión estratégica de toda comunicación, este no se limitará a una descripción de lo producido, tratando de acceder al objetivo de aprehender la inteligibilidad de la comunicación social, que es el fin último del análisis de la comunicación de masas.

Ahora bien, que existan muchas y muy diferentes formas de hacer AD no significa que todo vale en este paradigma. Si bien se reconoce una amplia variedad de actividades incluidas en su seno, existen unos principios básicos exigibles a todas ellas. Recalquemos que «análisis» implica *analizar*, y en este sentido es muy ilustradora la contribución de Antaki y otros (2003) al esforzarse en delimitar lo que *no* es análisis del discurso en su *Crítica de seis atajos analíticos* o estrategias habituales de pseudo-análisis como son (1) realizar resúmenes; (2) exponer la propia toma de posición respecto de un discurso; (3) acumular citas discursivas en la intención de que «hablen por si solas»; (4) limitarse simplemente

te a identificar elementos dentro de un discurso, (5) sobre-generalizar conclusiones limitadas, o (6) hacer pseudo-análisis circular de discursos donde se definen categorías sociológicas, ideológicas o psicológicas en función del contenido de un discurso y luego, con mayor o menor elaboración, se atribuyen dichas categorías al discurso en la medida en que muestra dichos contenidos.

La noción de AD que aquí recuperaremos para la construcción de una metodología interparadigmática, recoge principalmente tres aportaciones: el análisis semiótico narrativo heredado del modelo actancial greimasiano, que reconoce el relato como estructura privilegiada de representación de la realidad, idea que ya hemos desarrollado recientemente (Álvarez-Peralta & Zamora Bonilla, 2010); el análisis metafórico que señala el rol central de la metáfora en todo lenguaje y en la misma estructura del pensamiento humano (Lakoff & Johnson, 1980); el análisis textual de modalidades y planos de la enunciación, construcción discursiva de los sujetos enunciator y enunciatario, etc. (Abril Curto, 1997; Lozano & Peña-Marín, 1988; Lozano et al., 1982) y por último el análisis ideológico o *crítico* del discurso (van Dijk, 1996) por su intención de encuadrar aquellas estructuras discursivas en los universos simbólicos y macro-discursos sociales —ideologías— que responden a posiciones concretas en la estructura social, en lo cual se da una confluencia de intereses con los declarados por la tradición de la Economía Política de la Comunicación.

No *en lugar de* sino *además de* la interpretación directa de un corpus textual concreto, pongamos por caso un centenar de titulares periodísticos tomados de las portadas pertenecientes a un periodo concreto (digamos, a partir del comienzo de la crisis económica en septiembre de 2008), nuestra metodología propondría

interpretar los datos resultantes de aplicar las técnicas más básicas y comunes del Análisis de Contenido. Casar su interpretación con ellos (triangulación) e incluso apoyarla en ellos, empleando el análisis de contenido a modo de estudio exploratorio.

Esta idea, que resulta simple e intuitiva, se practica sin embargo en raras ocasiones, debido a la alergia epistemológica que ambos paradigmas se tienen. Si por ejemplo la semiótica narrativa greimaseana centra su atención en las acciones ejecutadas por los sujetos, en análisis léxico computerizado debería tener mucho que aportarle al ser capaz de lematizar, contar, y analizar la distribución de verbos y nombres propios, incluyendo sinónimos. Esta debería ser una herramienta habitual de aquella, especialmente cuando se trata de analizar corpus extensos. Este mismo método se puede aplicar a otros tipos de análisis semiótico: marcos metafóricos que pueden ponderarse a través de la identificación de su conjunto léxico asociado, isotopías gramaticales (el conjunto de los que reciben la acción de un mismo tipo de verbo), etc. Lejos de degenerar la validez de la interpretación del analista, el recurso a los métodos computerizados puede fortalecer sus argumentaciones en base a la ponderación de casos o al descubrimiento de nuevos fenómenos léxicos no asequibles a la lectura humana. El análisis periodístico de enunciación enunciada, por ejemplo (cómo los diarios introducen y presentan voces de expertos, testigos o políticos) es muy susceptible de ser reducido a un conjunto de tipos habituales, cuya distribución se puede analizar en detectando evolución a lo largo del tiempo, de las diferentes secciones de un medio, etc. Los datos resultantes, si bien no tienen por qué relacionarse en términos matemáticos con variables medibles exteriores al texto (paradigma positivista) constituyen una base para la interpretación por lo menos igual de válida que el propio texto. Poco dirán sin embargo por si mismos acerca de la contextualización

del mismo, y aquí es donde se debe poner en valor la tradición de la Economía Política de la Comunicación.

4.2.1. Economía Política de la Comunicación

La Economía Política ha declarado como su objetivo «el estudio de las relaciones sociales, particularmente las relaciones de poder, que mutuamente constituyen la producción, distribución y consumo de recursos, incluidos los recursos de comunicación» (Mosco, 2006). La EPC se ha autoconsiderado enmarcada «en el contexto más amplio de la Teoría Crítica, donde los trabajos de la Escuela de Frankfurt; la corriente crítica latinoamericana que trabajó sobre las Políticas Nacionales de Comunicación y el Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NOMIC), en los años setenta o investigadores como Halloran, Hamelink, Varis, Nordestreng, etc., son referentes obligados para nuestro trabajo» (Abril Curto, 1997).

Una de las principales limitaciones que en demasiadas ocasiones ha sufrido la tradición de la EPC, es la reducción de todas las explicaciones a una causalidad determinista esencialmente económica, seguramente a raíz de la influencia global de los planteamientos marxianos deterministas difundidos al calor de las experiencias del llamado socialismo real a lo largo de siglo XX.

El reto de la perspectiva economicista de la comunicación es la adopción de una visión dialéctica de las relaciones entre los regímenes simbólico y económico dominantes en una sociedad, y la superación definitiva de la desafortunada imagen metafórica estructura-superestructura planteada de un modo vago —ocupando exactamente un párrafo— por el propio Karl Marx en el prólogo de la edición de 1859 de su *Contribución a la crítica de la economía política* y reutilizada de forma excesivamente literal por su potencia como herramienta divulgativa por sus continuadores políticos, según la cual

la base de la sociedad estaría constituida por relaciones materiales económicas de producción que «determinan en última instancia» la forma que adquieren las relaciones jurídicas, políticas, ideológicas, culturales, simbólicas, es decir, «superestructurales» de la sociedad en un movimiento a menudo toscamente concebido como unidireccional, concepción fuertemente criticada por pensadores marxistas ya desde Antonio Gramsci.

Sin embargo, las potencialidades de la perspectiva de la EPC, una vez superada esta concepción determinista del régimen simbólico social, justifican su inclusión como herramienta fértil en una metodología triangulada y articulada de la investigación. Desde el Análisis de Contenido, el Análisis del Discurso y la Sociología, como desde los Estudios Culturales, e incluso la Filosofía del Lenguaje, la Psicología y la Pragmática lingüística, se viene haciendo cada vez mayor hincapié en la necesidad de dar cuenta en todo análisis de aquellos procesos socioeconómicos que involucran y condicionan a los sujetos reales, individuales o colectivos, que, inmersos en contextos materiales concretos, producen e interpretan discurso. Contextualizar la comunicación implica ofrecer descripciones detalladas de la situación de interacción, de las características socioeconómicas de los sujetos participantes y de sus relaciones de poder. En el caso de la comunicación interpersonal, la conveniencia del recurso a la Psicología o la Etnografía, y el acercamiento a las posturas de sujeto participante es ineludible en este sentido. En el caso de la comunicación social masiva, la EPC parece la herramienta ideal, que no la única, para informar sobre la estructura y la situación social de las instituciones y grupos sociales implicados en la comunicación, así como la caracterización del entorno histórico concreto que acoge dichos macroprocesos de interacción. Dicho de otro modo, el análisis del proceso de enunciación que realiza un medio concreto, realizado desde el desconocimiento de su

estructura de propiedad, sus relaciones de dependencia económica y su planteamiento estratégico en el corto plazo, adolecerá innecesariamente de la falta de robustez que estos datos aportarían al mismo análisis, en el sentido que reforzarían o desaconsejarían la interpretación de intenciones que el analista asigne a las estrategias discursivas que ha puesto de manifiesto, a partir de una exploración *objetivadora* (cuando menos, basada en un muestreo sistemático y representativo) del contenido de su discurso.

4.2.2. Síntesis del marco metodológico triangulado

Estas tres herramientas analíticas suplen mutuamente sus carencias. El análisis discursivo permite solventar la mencionada esterilidad teórica del análisis de contenido, accediendo a lo no explícito, lo connotado, lo intencional pero oculto, que subyace a todo mensaje. El análisis de contenido se dirige siempre exclusivamente al contenido explícito y manifiesto del texto, pero, sin embargo, permite resolver las dificultades del análisis discursivo para estudiar periodos temporales que pueden llegar a abarcar décadas, incluso más de un medio, llegando más allá del estudio aislado de casos selectos, precisamente mediante la aplicación del dispositivo estadístico que en aras de la extrapolación de resultados y abarcabilidad de muestras tanto servicio ha prestado a todas las ciencias, naturales y sociales. La disposición del análisis de contenido para transformar lo continuo en discreto, el discurso en dato, permite, por ejemplo, pasar de las incontables horas de emisión televisiva a una matriz de datos léxicos o simbólicos representables y reelaborables en las formas matemáticas tradicionales, pero que requerirán para su aprovechamiento de la interpretación no solo en tanto que dato estadístico, sino en tanto que indicadores de estrategias discursivas concretas, metáforas, estructuras narrativas, formas de enunciación, etc. que permitan —más allá de la puesta

en relación con otras variables matemáticas, confirmando o refutando hipótesis formuladas como ecuaciones—perseguir la *inteligibilidad* del discurso como interacción social, como intentos de dominación y emancipación, de *construcción* misma de las relaciones sociales, cuyo principal *efecto* es la instauración de su propia realidad, de su universo simbólico.

Es además innegable que ambas formas analíticas requieren, al aplicarse al estudio de la comunicación masiva y por tanto de sujetos colectivos, institucionales o sociales, de enunciación y recepción, de la incorporación de una inspección de las condiciones materiales de producción de dicha comunicación como hace la EPC, en la medida en que estas condicionan y permiten esclarecer el verdadero contenido de la misma: la actualización de una posición ideológica frente a (o a favor de) dichas relaciones materiales de producción de sentido.

Evidentemente, limitar a esta triangulación la articulación de paradigmas que proponemos es arbitrario. Basta mencionar la ayuda que a una propuesta de este tipo podría prestar las prescripciones metodológicas sistematizadoras del paradigma de la *Grounded Theory* (Corbin & Strauss, 1990; B Glaser & Strauss, 2006; Strauss, 1997; Valles Martínez, 2003), la necesidad de confrontar nuestras conclusiones con el análisis de usos reales que los intérpretes hacen de los discursos masivos, resultado de estudios de recepción en la línea indicada por los *Cultural Studies*, o bien de estudios etnográficos de corte antropológico (Velasco Maillo & Díaz de Rada, 2003), por ejemplo, para entender esta propuesta como algo más que la cristalización momentánea de una dinámica variedad de articulaciones posibles, concebida específicamente para la investigación del discurso de los medios de masas en largos periodos, y tomarla por un llamamiento a la articulación sistemática y reflexiva de los diferentes paradigmas que observan dicho fenó-

meno con la vista puesta en la fundamentación de una disciplina general de la comunicación y la información que supere el actual estado de la cuestión instaurando un terreno propio de estudio.

Esta es la metodología que hemos puesto a prueba en nuestra investigación de la representación que la prensa de masas ha ofrecido acerca del inicio de la crisis económica (Álvarez-Peralta, 2010), y que ha dado claras muestras de su fertilidad tanto por la capacidad de triangular resultados obtenidos repetidamente por diferentes métodos, como por la posibilidad que hemos apuntado de alzar los resultados de un método sobre la base que aportan los de otro conformando una única herramienta de mayor potencia.

4.2.3. Discusión epistemológica

La metodología combinada que hemos expuesto, más allá de colocar nuestro marco teórico a caballo entre paradigmas divergentes por las tradiciones escolásticas que los reclaman y las técnicas analíticas que demandan, sitúa nuestro esfuerzo en una grave dificultad epistemológica al invocar nociones de investigación e incluso de conocimiento opuestas y, en sus formulaciones más estrictas, incompatibles.

Mientras el análisis de contenido, máxime de corte cuantitativo, obedece a una epistemología positivista que basa su método para el conocimiento en la formulación de hipótesis y su verificación *positiva*, el análisis semiótico se orienta a la indagación del sentido, construcción social dialógica difícil de contener en una definición, sea positiva o negativa, viéndose «comprometido en una reconstrucción interpretativa de la objetividad científico-social cuyo punto de partida es la crítica de los límites epistemológicos del positivismo: el objetivismo, el solipsismo metódico, el dogmatismo de un “metalenguaje científico” que se pretenda inmune

a sus propios sentidos discursivos [...]» y por lo tanto este análisis «depende de una episteme reflexiva y no extensiva, aborrece por ello un marco epistemológico positivista» (Abril 1994). Así pues, el hacer semiótico es constructivo antes que descriptivo, elabora interpretaciones espesas, enredadas en su contextualización, antes que hipótesis generales lo más simples y verificables posibles, y renuncia a la intención de dar con *la* interpretación correcta que verificaría definitivamente una hipótesis previa. La hipótesis sirve en nuestro caso como guía de la construcción analítica, y antes que la demostración o refutación en términos positivistas, su destino será el reforzamiento y la concreción de su postulado o su rechazo frente a otras interpretaciones concurrentes que demuestren mayor solvencia en términos de sostener sólidamente interacciones sociales más amplias y detalladas.

No cabe iniciar aquí una indagación que pertenecería más bien al terreno de la Filosofía de la Ciencia o la Gnoseología, visitando los argumentos de las diferentes corrientes en la materia, pero queremos concluir esta propuesta con una breve reflexión acerca de la dificultad encontrada en este sentido y la orientación que imprimimos para posteriores desarrollos de la misma. Nuestra propuesta nos remite a diferentes concepciones del propio proceso de investigación. La metodología empleada y el marco teórico que esta invoca, nos conduce a concepciones muy divergentes en incluso pretendidamente excluyentes de la naturaleza misma de los procesos de obtención de conocimiento. Efectivamente, la triangulación metodológica (por oposición a la triangulación de fuentes o entre investigadores), propone, ateniéndose a un único marco teórico, sobreponer distintas metodologías buscando su complementariedad y la formulación de un «diálogo» entre los resultados de ambas, que fortalezca las conclusiones extraídas, idea que ya ha sido defendida a nivel teóri-

co en nuestro marco académico (Alonso Benito, 1998; Cea D’Ancona, 1998). Más innovadora puede ser la propuesta de incorporar los resultados de la Economía Política de la Comunicación. Este «bricolaje teórico» que va a caracterizar el marco propuesto, dificulta la defensa de un criterio de objetividad transdisciplinar, empresa que no pretendemos llevar su fin pero exige cierta reflexión.

Ni siquiera es fácil establecer cuántas formas de entender los procesos de obtención de conocimientos «válidos» conviven en el espacio teórico de la comunicación. Algunos autores reducen la cuestión al enfrentamiento entre dos paradigmas (Ibañez, 1985), que podríamos etiquetar como *racionalista-positivista* vs. *constructivista-interpretativista*. Los primeros concebirían una única realidad exterior cognoscible mientras que los segundos consideran realidades múltiples o bien la no existencia de una realidad exterior cognoscible, simplificando mucho.

Otros autores (Habermas 1968, citado en Valles Martínez, 2003) prefieren matizar una triple distinción, entre las (1) epistemologías *materialistas* más o menos identificadas con un realismo positivista ingenuo, cuantitativista y de laboratorio, que concibe el conocimiento como un edificio que crece indefinidamente y esgrime la reproductibilidad como argumento de validez en su búsqueda de verdades últimas; (2) epistemologías *constructivistas* o *hermenéuticas*, que a menudo son acusadas de relativismo dado que no buscan verdades sino relatos variados convergentes, descripciones contextuales, interpretaciones coherentes dadas desde la experiencia, concibiendo el conocimiento como un acuerdo revisable; y (3) *epistemologías críticas*, relacionadas originalmente con la Teoría Crítica de la Escuela de Frankfurt, denominadas en ocasiones como de «realismo histórico», que oponen lo *verdadero* (coherente) a lo *real* (con-