

**María Martha Collignon Goribar**

*ITESO, Departamento de Estudios Socioculturales*

- Tania Rodríguez Salazar (Coord.)  
*Discursos e imágenes en movimiento. Siete estudios de comunicación y cultura*

---

Guadalajara: Universidad de Guadalajara, CUCSH, 2011

La presente obra recupera trabajos individuales y de coautoría de egresados y estudiantes, algunos acompañados de sus profesores, orientados en comunicación y cultura de la Maestría en Ciencias Sociales y de la Maestría en Comunicación, ambos programas de posgrado de la Universidad de Guadalajara. Se trata de siete generosas contribuciones tanto a la dimensión teórico-conceptual como a la dimensión de la construcción de objetos de investigación y explicaciones de realidades empíricas diversas, todo ello vinculado a los procesos de producción de conocimiento en las ciencias sociales. El libro se organiza en siete capítulos, uno por contribución, de los cuales

tres de ellos son de autoría individual y cuatro de ellos son resultado del trabajo a cuatro manos. Participaron diez autores, tres de ellos hombres y siete de ellos, mujeres; una de las cuales es coautora de dos de los trabajos publicados y coordinadora de la publicación.

En el capítulo 1, "La ilusión de una identidad singular en el fútbol: el caso de las barras de Chivas y Atlas", Giovanna Georgina Ramírez Cerón y David Coronado Arias se adentran en el análisis del fenómeno de la construcción y expresión de la identidad, en el caso concreto de las barras de fútbol Chivas y Atlas. Para ello trabajan con las propuestas de Jiménez, Valenzuela, Morín y, particularmente con la propuesta de Amartya Sen acerca de *ilusión de la identidad singular*. Su estudio y análisis permite explicar las expresiones de violencia verbal, física y simbólica que se registra en estos grupos, y la forma en que la *ilusión de la identidad singular* parece producir las condiciones particulares, sociales y culturales para la emergencia de la violencia que se manifiesta en los enfrentamientos futbolísticos "clásicos".

En el capítulo II, "Dimensiones operacionales de la individuación religiosa en jóvenes tapatíos", de María del Rosario Ramírez Morales y Cristina Gutiérrez Zúñiga, las autoras exponen y explican la propuesta metodológica para el estudio de la *individuación religiosa*, fenómeno distinguible del estudio de la religión o de la adscripción religiosa, así como del estudio de la religiosidad. Comparten el marco teórico conceptual desde el cual trabajan, y colocan de lleno al sujeto que elige, en el centro de la problemática que se plantea. Reconocen y le dan peso al sujeto que elige, a la elección que hace y a las ofertas simbólicas entre las cuales el sujeto lleva a cabo su elección. Llevan al lector, paso a paso, por el proceso de operacionalización de los conceptos centrales y le permiten comprender las elecciones de orden metodológico y empírico que las autoras anuncian para la investigación.

El capítulo III "El discurso político de la Organización Nación P'urhépecha: tres modelos de etnicidad", de Sandra Nadezhda Martínez Díaz, presenta los resultados de orden analítico y reflexivo que la autora obtuvo al trabajar con una triada de documentos de la Organización Nación P'urhépecha (ONP), con el objeto de dar cuenta de las nociones y construcciones de sentido en torno a la etnicidad que guían la acción de esta organización civil, elemento clave para, como lo dice la propia autora, "autodefinición del grupo en el espacio público". En sus páginas la autora logra dar cuenta de los resultados analíticos y del proceso de investigación llevado a cabo, sus fundamentos, principios teórico-conceptuales y su decisión, muy bien argumentada, de trabajar con el Análisis Crítico del Discurso. Después de

exponer las categorías de análisis construidas para el trabajo analítico, la autora da cuenta del análisis de cada uno de los tres documentos elegidos como corpus de análisis y le permite al lector comprender que el sentido de la etnicidad en estos documentos centrales de la ONP ha ido cambiando y parece hablar más bien de procesos de búsqueda de autoconstrucción y autodefinición a través de nuevos y distintos referentes simbólicos y procesos de construcción de identidad renovados.

En el capítulo IV, "El perfil del lector de noticias en línea: interactividad y características del proceso de consumo de información", de Héctor Claudio Farina Ojeda, encontramos un acercamiento interesante al estudio de los imaginados cambios de prácticas en el lector de noticias derivados de los cambios de prácticas en el periodismo por el uso de nuevas tecnologías interactivas. Es un estudio que privilegia la mirada en torno del lector y no al productor de las noticias, una mirada que busca entender las características de un lector de noticias frente a una pantalla de computadora y no frente a un periódico impreso. Un estudio que parece privilegiar la pregunta por las acciones y prácticas del lector de noticias en línea, sus mecanismos de elección y resolución de problemas y las razones de sus acciones. El trabajo empírico realizado le permite al autor del texto construir una tipología de lectores en línea a partir de lo que hacen y de la forma en que usan los diversos recursos tecnológicos y de interactividad disponibles. Es posible comprender que si bien existe un conjunto importante de espacios, herramientas y recursos disponibles para la interactividad lector-productor de noticias (entiéndase

agencia de noticias, columnista, reportero, periódico) es finalmente el sujeto lector quien decide, de acuerdo con sus propias necesidades, hábitos y gustos, la forma en que se interactúa y se usa el conjunto de dispositivos y recursos de interactividad. Así llegamos a comprender la emergencia del *gestor de noticias*.

Tania Belinda Jiménez Langarica, en su capítulo v, “La estética masculina a través de imágenes impresas”, aborda el discurso publicitario como referente de identidad, particularmente de la identidad masculina anclada en la estética. Para este abordaje la autora realiza un estudio de los anuncios publicitarios en cuatro publicaciones (revistas, un número de cada una de las revistas) tres de ellas dirigidas a público masculino y la cuarta a público femenino, y da cuenta de la estética masculina que se promueve a través del discurso publicitario. El corpus de análisis fueron 81 anuncios (totalidad de anuncios encontrados en los cuatro números revisados) en los cuales se presenta al menos una figura masculina en ellos, sea de forma completa o un solo fragmento de la misma. El texto permite comprender la forma en que la autora realizó el análisis visual de cada uno de los anuncios publicitarios y la denotación y connotación de la imagen masculina que se encuentra en ellos. Se pueden ver a través de este análisis los cambios sociales y culturales que la imagen –como representación– y la estética –como canon de belleza– masculina ha registrado y cómo de forma paradójica sigue presente la *hiperritualización* de lo masculino con su consecuente reafirmación de ciertos modelos de estética masculina.

En el capítulo vi “La composición gráfica, las metáforas y las sentencias como rutas metodológicas para el análisis retórico de la publicidad social impresa”, las autoras, Tania Rodríguez Salazar y Ana Luisa Estrada Salgado revisan algunas ideas clave que les permiten configurar un “modelo exploratorio para el estudio de la publicidad social impresa”. Para la construcción de este modelo, las autoras retoman un conjunto de seis carteles para la prevención del SIDA producidos por Conasida y focalizan su atención en los argumentos persuasivos que están presentes en las imágenes y los textos contenidos en los carteles analizados. El conjunto de análisis realizado a los carteles posibilita entender la forma en que, en ocasiones, las imágenes –y los textos que los acompañan– parecen ir en dirección contraria no sólo de la construcción de significados preventivos, sino de la comprensión de la enfermedad y sus consecuencias. El generoso recorrido analítico por cada uno de los seis carteles permite también comprender las formas en que el mensaje ha ido cambiando en el transcurso de los años, así como la argumentación a favor de la prevención del SIDA en relación directa a los cambios socioculturales de la enfermedad y a los avances en el conocimiento sobre ésta. Las autoras han establecido el difícil y complejo vínculo de la publicidad social impresa con los marcos de referencia, en este caso concreto, de la sexualidad, del erotismo y de la salud en México. Imposible desconocer que la publicidad social se nutre de los depósitos sociales de sentido que sustentan la cultura mexicana.

En el último capítulo “El suicidio y su prevención a través de impresos”, de Tania Rodríguez

Salazar y Raúl Armando Santana Rivas, encontramos un texto que da cuenta de un análisis de documentos impresos informativos y preventivos relativos al suicidio en México. La apuesta de los autores es enfrentar al lector con la premisa de que el suicidio es un tema controvertido, que no ha sido suficientemente debatido y discutido públicamente dentro de los espacios legislativos mexicanos y que esto de alguna manera responde a las formas simbólicas en que se ha construido la figura del suicidio y del suicida en México. El análisis del discurso contenido en el material producido por autoridades en la materia (prevención del suicidio) resulta central para desentrañar los significados que desde ahí (desde ese lugar de autoridad) se producen y se ponen en circulación. Los resultados del análisis abordan las formas en que se define socialmente el suicidio y la prevención del mismo, las formas en que se manejan las cifras estadísticas en este tipo de materiales, el lenguaje y los contenidos que ahí se expresan, los estereotipos y prejuicios presentes en la cultura, y la forma en que éstos pueden combatirse. El análisis realizado lleva a plantear que la eficiencia de los materiales producidos para la prevención del suicidio podría verse afectada negativamente por el tipo de lenguaje que utilizan y sobre todo porque tienden a contener el suicidio "asumiendo que las dificultades de vida individuales son las causas del 'problema mental'".

El texto en su diversidad aborda representaciones, imágenes, metáforas, lenguaje, individuación, prácticas y sujetos sociales visibles en internet, en trípticos, documentos, carteles y revistas. Es un texto con múltiples formas y expresiones todas

ellas encaminadas a producir conocimiento en torno a diversas situaciones sociales y culturales particulares con propuestas y referentes teóricos, conceptuales y metodológicos armados para dar cuenta, científicamente, de esa realidad social abordada.

Conviene destacar de manera particular tres cualidades importantes del texto. En primer lugar los trabajos publicados, en su diversidad, comparten una interesante apuesta por develar y analizar las complejas relaciones entre prácticas sociales, sujetos, medios e instituciones. El libro es un conjunto de textos que comparten de formas diversas la pregunta por el lugar central de la producción social de sentido en torno de la configuración de un orden social particular, anclado y objetivado en prácticas y discursos concretos. En segundo lugar, los trabajos son resultado y expresión de ese "movimiento" (anotado en el título mismo) que caracteriza el proceso riguroso y sistemático de producción de conocimiento científico social. Los textos permiten conocer y entender los movimientos de aproximación sucesiva a los objetos de estudio de manera que es posible acercarse a las elecciones teóricas y metodológicas y comprender las construcciones explicativas y comprensivas de las realidades estudiadas. Por último, es una publicación de producciones académicas resultado de investigaciones sociales de estudiantes de posgrado. Muestra las formas en las que el proceso de formación en posgrados de comunicación promueve la producción de conocimiento sobre realidades empíricas sociales significativas a partir de aproximaciones reflexivas y analíticas desde plataformas teórico-conceptuales articuladas a abordajes metodológicos potentes.

En resumen, este libro es un producto académico que arroja luz sobre realidades sociales y culturales significativas y relevantes para quienes están interesados en la dinámica sociocultural configurada por la producción subjetiva e intersubjetiva de sentido.