

Dirección

Mónica Arzuaga
Universidad Católica del Uruguay, Uruguay
marzuaga@ucu.edu.uy

Edición

María Inés Nogueiras
Universidad Católica del Uruguay, Uruguay

Comité editorial

Mónica Arzuaga
Universidad Católica del Uruguay, Uruguay
Carola Kweksilber
Universidad Católica del Uruguay, Uruguay
Amalia Lejavitzer
Universidad Católica del Uruguay, Uruguay
María Inés Nogueiras
Universidad Católica del Uruguay, Uruguay
Pablo Porciúncula
Universidad Católica del Uruguay, Uruguay
Graciela Rodríguez-Milhomens
Universidad Católica del Uruguay, Uruguay

Edición fotográfica

Pablo Porciúncula
Universidad Católica del Uruguay, Uruguay

Corrección de estilo

María Inés Nogueiras
Universidad Católica del Uruguay, Uruguay

Asesoría bibliográfica

Silvana Tanzi
Universidad Católica del Uruguay, Uruguay

Consejo consultivo

Carolina Aguerre
Universidad de San Andrés, Argentina
Andrew Calabrese
University of Colorado, Estados Unidos
John Cheney-Lippold
The University of Michigan, Estados Unidos
Richard Danta
Universidad Católica del Uruguay, Uruguay
Beatriz de Las Heras
Universidad Carlos III de Madrid, España
María Aparecida Ferrari
Universidade de São Paulo, Brasil
Gonzalo Frasca
Universidad ORT, Uruguay
María del Carmen Grillo
Universidad Austral, Argentina
Loup Langton
Western Kentucky University, Estados Unidos
Roberta Lentz
McGill University, Canadá
Humberto Orozco
ITESO, Universidad Jesuita de Guadalajara, México
Ana Inés Pepe
Universidad Católica del Uruguay, Uruguay
Xosé Pereira Fariña
Universidad de Santiago de Compostela, España
Teresa Quiroz
Universidad de Lima, Perú
Mariluz Restrepo
Universidad Externado de Colombia, Colombia
Patricia Schroeder
Universidad de Montevideo, Uruguay
Salomé Sola Morales
Universidad de Santiago de Chile, Chile
Mauricio Tolosa
Fundación de la Comunicología, Chile

Dixit es una revista académica semestral, arbitrada e indexada, que edita el Departamento de Comunicación de la Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Católica del Uruguay.

Dixit está disponible en línea:
<http://revistadixit.ucu.edu.uy>

Periodicidad: semestral
(enero-junio y julio-diciembre)
Tiraje: 200 ejemplares
Lugar de edición:
Montevideo, Uruguay
Entidad editora:
Universidad Católica del Uruguay

Dixit es editada por la Universidad Católica del Uruguay.
Dirección: Av. 8 de Octubre 2738, C.P. 11600 Montevideo, Uruguay.
Teléfono: [+598] 2487 2717
dixit@ucu.edu.uy



Todo el contenido, excepto donde está identificado, está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-No Comercial-Compartir Igual 4.0 Internacional.

Dixit está incluida en:

El catálogo LATINDEX
<http://www.latindex.unam.mx>



La biblioteca electrónica SciELO
<http://www.scielo.edu.uy>



El portal Dialnet
<https://dialnet.unirioja.es>



La base de datos CLASE
<http://clase.unam.mx>



El directorio ROAD
<http://road.issn.org>



Las bases de datos de EBSCO
<http://www.ebsco.com>



desde la academia

Comunidades de aprendizaje en Comunicación organizacional: un estudio de caso
Learning communities in Organizational Communication: a case study
Ada Czerwonogora
04-23

La ruta digital a la presidencia argentina. Un análisis político e hipermediático de los discursos de Mauricio Macri en las redes sociales
The digital route to the presidency of Argentina. A political and hypermedia analysis of Mauricio Macri's discourses in social networks
Ana Slimovich
24-43

Un teatro y un cine para el gran público. Accesibilidad y síntesis estilística en la versión filmica de *La fiaca* (Fernando Ayala, 1969)
Theater and Cinema for the general public. Accessibility and stylistic synthesis in the film version of La fiaca (Fernando Ayala, 1969)
Jorge Sala
44-61

Jorge Prelorán: un cineasta argentino entre la periferia y el centro de los estudios de cine
Jorge Prelorán: an Argentinian filmmaker between the periphery and the center of film studies
Javier Campo
62-73

Cine clásico argentino: espacio, mirada y autorreflexividad. Los casos de *La trampa* y *Cosas de mujer*
Argentine classic cinema: space, look and self-reflexivity. The cases of La trampa and Cosas de mujer
Soledad Pardo
74-83

Sacamuélas y charlatanes, pioneros de la publicidad y la propaganda
Quacks and charlatans, promoters of advertising and propaganda
Antonio Laguna Platero
84-95

rapport

Comunicar la diferencia: un proyecto radial realizado en México por personas con experiencias de internamiento psiquiátrico. Entrevista a Sara Makowski
Communicating the difference: a radio project carried out in Mexico by people with experiences of psychiatric internment. Interview with Sara Makowski
Mercedes Clara
96-101



Dixit :: verbo en latín que significa "dijo", "ha dicho"

Dixit n.º 26 :: enero-junio 2017

Departamento de Comunicación
Facultad de Ciencias Humanas
Universidad Católica del Uruguay

Foto de portada: Pablo Porciúncula

obra en comunicación

Ilustración
Illustration
David de la Mano
102

El cine nacional me salvó
Guion de cortometraje de ficción
The national cinema saved me
Short film script
Natalia Espasandín y Juan González Urtiaga
103-105

Fotografía de Natacha Pisarenko
Photography by Natacha Pisarenko
106-113

comunicaciones

Congresos y enlaces de interés
Congresses and links of interest
114-115

El contenido de los artículos y obra es responsabilidad de los autores.

Revista de distribución gratuita registrada ante el MEC a los efectos del art. 4º de la Ley N° 16.099, n° de registro 2135/07, Tomo XV, Foja 47

Impreso y encuadernado en Tradinco S. A.
Depósito legal 340.585
Comisión del Papel.
Edición amparada al Decreto 218/96



Comunidades de aprendizaje en Comunicación organizacional: un estudio de caso

Learning communities in Organizational Communication: a case study

<http://dx.doi.org/10.22235/d.v0i26.1258>

Ada Czerwonogora

RESUMEN

Este trabajo estudia un curso del Postgrado en Comunicación Organizacional (en línea) de la Universidad Católica del Uruguay, con el enfoque del aprendizaje colaborativo mediado. Para ello, se desarrolló una metodología de investigación mixta, con un diseño descriptivo-interpretativo, y se establecieron dos niveles de análisis complementarios para los foros de discusión: participación y análisis de discurso, este último basado en el modelo de Comunidad de Investigación. Se realizó una codificación guiada por conceptos, basada en las categorías e indicadores de la presencia cognitiva, social y docente de este marco conceptual. Los indicadores asociados con la presencia cognitiva evidenciaron comprensión de los temas trabajados en los foros. El análisis de categorías de la presencia docente permitió detectar elementos de los modelos de buenas prácticas. Los indicadores de presencia social señalaron la importancia de la cohesión grupal y sugirieron la existencia de actitudes empáticas y procesos de colaboración, lo que complementó lo observado para la presencia cognitiva.

Palabras clave: educación superior, educación a distancia, aprendizaje colaborativo, plataforma educativa, participación

ABSTRACT

This paper analyzes an on-line course from the Organizational Communication Postgraduate Studies in the Universidad Católica del Uruguay, as a virtual learning community using the Computer Supported Collaborative Learning (CSCL) approach. The research methodology was blended, both quantitative and qualitative, with a descriptive-interpretative case study design. Two complementary levels of analysis were set for the discussion forums: participation and discourse analysis. The Community of Inquiry Model was utilized for the discourse analysis. Following the indicators proposed for the cognitive, teaching and social presence, a codification guided by concepts was performed. The categories and indicators of the cognitive presence showed evidence of understanding of the topics developed in the forums. The categories analyzed for the teaching presence permitted the identification of principles related to good practices. The social presence indicators pointed out the importance of the group cohesion and suggested the existence of empathic attitudes and collaboration processes, complementing the observations for the cognitive presence.

Keywords: higher education, distance education, collaborative learning, educational environment, participation

Ada Czerwonogora
Universidad de la República
Montevideo, Uruguay
ada.czerwonogora@cure.edu.uy

Recepción: 31/10/2016
Aceptación: 15/05/2017

Foto: Pablo Porciúncula

Introducción

El concepto de *comunidad de aprendizaje* se relaciona en la actualidad a investigaciones de diverso tipo, centradas en el enfoque de la cognición o aprendizaje situado (Lave y Wenger, 1991), que incluyen desde las que consideran el aula como comunidad de aprendizaje hasta el concepto de comunidad virtual (Gros, 2008). Estas comunidades trascienden el ámbito educativo y son extrapolables a contextos organizacionales: son espacios en los que se aprende, se comparte conocimiento o experiencias profesionales y se solucionan problemas en forma colaborativa. Ya en el año 2013 estos espacios eran señalados como una tendencia (Sanz, 2013).

La visión de las aulas como comunidades de aprendizaje tiene muchas semejanzas con las comunidades de práctica acuñadas por Wenger (1998). Se trata de un grupo de personas que desarrolla una misma actividad profesional o interés, y que se implica en la resolución colaborativa de un problema, profundizando en el conocimiento de este a través de la interacción continua y compartiendo sus experiencias y saberes (Wenger, McDermott y Snyder, 2002). Como señala Gros (2008), los términos *comunidad de aprendizaje*, *comunidad de práctica*, *comunidades de conocimiento*, *organizaciones que aprenden*, entre otros, son muy utilizados en la actualidad, y todos hacen hincapié en la construcción social del aprendizaje.

De lo expuesto se desprende que la participación es parte intrínseca del aprendizaje y que este puede verse como resultado de la participación en el mundo social (Lave y Wenger, 1991; Wenger, 1998). En esta línea, si se incorporan los artefactos como soporte para el aprendizaje, es posible considerar a la tecnología y su rol como elemento mediador en los procesos de colaboración y construcción de conocimiento (Gros, 2008). En los años 90, el *computer-supported collaborative learning* (CSCL, aprendizaje colaborativo mediado) se reconoce como paradigma emergente de la tecnología educativa.

A partir de este enfoque, se desarrolla una variedad de trabajos que estudian cómo los entornos de aprendizaje colaborativo pueden mejorar y potenciar la interacción, el trabajo en grupo y el proceso de aprendizaje de los participantes (algunos ejemplos: Stahl, 2002; Puntambekar, Erkens y Hmelo-Silver, 2011; Goggins, Jahnke y Wulf, 2013).

En términos generales, el CSCL estudia cómo la tecnología puede potenciar la interacción entre pares y el trabajo en grupo, y cómo la colaboración y la tecnología facilitan el hecho de compartir y distribuir el conocimiento y la experiencia entre los miembros de la comunidad. La colaboración es entendida entonces como una forma especial de interacción (Lipponen, 2002). El CSCL se ha desarrollado de manera significativa en los últimos años en la educación superior, y el análisis de los efectos de la participación en los procesos de aprendizaje colaborativo ha adquirido gradual importancia (Chávez y Romero, 2012 y sus referencias).

El gran desafío del *e-learning* –definido como los procesos de enseñanza y aprendizaje en línea facilitados a través de la tecnología (Garrison y Anderson, 2005)– es promover la participación. Hrastinski (2008) señala que los investigadores tienen diferentes percepciones sobre qué aspectos considerar para estudiar la participación en línea (accesos al espacio virtual, escritura, calidad de la escritura, diálogos, entre otros), así como métodos (cualitativos, cuantitativos, mixtos) y unidades de análisis (cantidad y calidad de mensajes o unidades, largo de los mensajes, mensajes leídos, percepciones del estudiante, etcétera). Más allá de cómo sea conceptualizada en las investigaciones, existe consenso en que la participación puede potenciarse a través de la comunicación mediada por computadora (Hrastinski, 2008). En este contexto, la participación en línea de quien aprende implica formar parte y mantener vínculos

con otros, en un proceso complejo que incluye hacer, comunicarse, pensar, sentir y pertenecer, y que ocurre tanto en línea como fuera de la red.

La comunicación mediada por computadora se ha desarrollado desde sus inicios como un enfoque educativo cualitativamente diferente, como consecuencia de su estilo comunicacional asincrónico y basado en el texto. La comunicación escrita “posee atributos específicos que facilitan la reflexión y el discurso críticos” (Garrison y Anderson, 2005, p. 47). Los estudiantes tienen más tiempo para reflexionar y organizar los contenidos, por lo cual los docentes pueden plantear actividades cognitivas de orden superior. Es posible, entonces, sustentar teóricamente la importancia del discurso en el proceso de aprendizaje (Vygotsky, 1962, 1978). También cabe mencionar las visiones del aprendizaje como un proceso dialógico de construcción social que involucra la inteligencia distribuida (Pea, 1993) y la cognición distribuida (Perkins, 1993).

Desde una perspectiva educativa, la comunidad de aprendizaje se compone de estudiantes y docentes en interacción con el propósito de facilitar, construir y validar la comprensión, además de desarrollar habilidades para el aprendizaje a lo largo de la vida. Se juxtaponen la independencia cognitiva y la interdependencia social (Garrison, Anderson y Archer, 2000; Garrison y Anderson, 2005). Estos autores proponen el marco de la *community of inquiry* (COI, comunidad de investigación o indagación; Lipman, 1991) como contexto que ofrece diversidad de opciones y perspectivas que favorecen la reflexión y el discurso crítico, y que resulta en experiencias educativas de alto nivel. Sugieren que la creación de una COI en el *e-learning* ofrece ventajas únicas debido a la naturaleza textual de la comunicación y el acceso a enormes fuentes de información.

La base teórica de este enfoque puede definirse como constructivismo cooperativo: “se basa en el reconocimiento de la estrecha relación existente entre la construcción personal del significado y la influencia que ejerce la sociedad en la configuración de la relación educativa” (Garrison y Anderson, 2005, p. 30). Desde el punto de vista filosófico, este enfoque recupera las ideas de Dewey (Dewey y Childs, 1981), para quien la sociedad y el individuo no pueden existir en forma separada. Dewey señala que entender la educación implica comprender la interacción entre la experiencia e intereses personales, y las normas, valores y conocimiento sociales; la transacción entre el profesor y el estudiante es reflejo de esa interacción. En síntesis, Garrison y Anderson (2005) señalan que esta perspectiva transaccional de enseñanza y aprendizaje se inserta en una comunidad que aprende, en la que la reflexión y el discurso son medios que facilitan la construcción de conocimiento.

Presencia cognitiva, presencia social y presencia docente en la COI

El marco conceptual de la COI identifica tres elementos que intervienen en un proceso de aprendizaje en línea y que son fundamentales para lograrlo: la *presencia cognitiva*, la *presencia social* y la *presencia docente* (Garrison y Anderson, 2005).

La *presencia cognitiva* se refiere a la capacidad de los estudiantes de construir significado a través de la reflexión continua en una COI. Es una condición del pensamiento y del aprendizaje de alto nivel, un proceso de pensamiento crítico. En este contexto, la idea de pensamiento crítico nuevamente refiere a Dewey (1938, citado en Garrison y Anderson, 2005), para quien este pensamiento tiene valor práctico al profundizar en el significado de nuestras experiencias y representar un objetivo educativo central. Para simplificar, el pensamiento crítico es definido en términos de investigación práctica (Garrison y Anderson, 2005).

Las categorías de la presencia cognitiva corresponden a cada una de las fases de la investigación práctica, y son las que permiten evaluar la reflexión y el discurso crítico en una comunidad que trabaja en colaboración:

- La primera fase es el hecho desencadenante o activación, que consiste en una actividad cuyo diseño involucra plenamente a los estudiantes. Puede presentar un problema asociado con la experiencia de los estudiantes o sus saberes o estudios previos; también puede presentarse más abiertamente, para animar a los estudiantes a plantear preguntas o problemas.
- La segunda fase es la exploración, que desencadena el inicio de la búsqueda de información o explicaciones para resolver la situación o problema planteado.
- La tercera fase corresponde a la integración y se orienta a la construcción de significado en el proceso de elaborar una solución o explicación apropiada.
- La cuarta fase es la de resolución, que induce a resolver el dilema al reducir la complejidad del problema a un contexto, y evaluar la viabilidad de la solución a través de su aplicación directa o indirecta. Seguramente provoque la aparición de nuevas preguntas que activen el reinicio del ciclo de indagación, lo cual promueve un aprendizaje continuo.

El carácter textual y asincrónico de la comunicación es crucial para poner en evidencia las actividades reflexivas en la práctica, y reconocer el proceso metacognitivo en las acciones asociadas a cada fase. Estas acciones reflexivas serán tomadas como elementos que permiten inferir comprensión sobre los

temas trabajados en los foros analizados (ver en el apartado de discusión).

Se define la comprensión como “la capacidad de pensar y actuar con flexibilidad a partir de lo que uno sabe”, es decir, “se reconocerá la comprensión por medio de un criterio de desempeño flexible” (Perkins, 1999, p. 70; ver también Perkins, 1995). *Comprender* un tópico implica poder desempeñarse de forma flexible con relación a este: explicar, justificar, extrapolar, vincular, aplicar de maneras que trascienden el conocimiento y la habilidad rutinaria. La idea de desempeño de comprensión se define como actividad que va más allá de la memorización y la rutina (Perkins, 1999, p. 73).

La *presencia social* es la capacidad de los participantes en una COI de proyectarse a sí mismos, social y emocionalmente, como personas reales a través de los medios de comunicación utilizados; en este caso, a través de la palabra escrita. Es un requisito fundamental para la cooperación y el discurso crítico, que implica establecer relaciones y un sentido de pertenencia.

La *presencia docente* reúne los componentes de la COI, e integra la presencia social y la cognitiva. También implica diseñar y facilitar los procesos cognitivo y social, con el propósito de obtener resultados educativos personalmente significativos y de valor docente. Vincula todos los elementos de la COI de manera equilibrada, coherente con los resultados previstos y con las necesidades y capacidades de los estudiantes. Es muy importante en el contexto de la educación a distancia.

Contexto y objetivo de esta investigación

Esta investigación se desarrolló en el curso Gestión Económico-Financiera, perteneciente al Postgrado de Especialización en Comunicación Organizacional (a distancia) del Departamento de Comunicación de la Universidad Católica del Uruguay (UCU).¹ Este trabajo

complementa una investigación sobre modelos didácticos en Comunicación Organizacional, en el contexto del Postgrado.

El curso Gestión Económico-Financiera integra uno de los tres ejes del postgrado, que está dirigido a la formación en habilidades gerenciales para liderar y gestionar la comunicación de forma integral en las organizaciones. El curso pretende que el comunicador organizacional comprenda la perspectiva económico-financiera para darle un baño de realidad a sus proyectos y contribuya, desde su rol, a transitar hacia modelos de gestión más centrados en las personas.

La constitución de una comunidad de aprendizaje –y sus mencionadas similitudes con el concepto de comunidad de práctica– en el marco de los cursos de este postgrado tiene un valor agregado: los estudiantes son profesionales (muchos de ellos procedentes del ámbito de la Comunicación, pero no exclusivamente), que buscan complementar su formación y adquirir herramientas que les permitan gestionar los procesos de comunicación de un modo estratégico en cualquier tipo de organización. La sinergia de colaboración que puede desarrollarse a partir del aula constituye una habilidad de interés para estos profesionales, y es trasladable al contexto organizacional en el que se desempeñan, lo que les permite nutrirse de experiencias y puntos de vista diferentes.

La dinámica y los principios de la comunidad de práctica son inherentes a las organizaciones, en las que el aprendizaje puede verse como puente entre el trabajo y la innovación. Una visión unificada del trabajo, el aprendizaje y la innovación debería posibilitar la reconcepción y el rediseño de la organización para mejorar estas tres formas de actividad humana, tradicionalmente en conflicto (Brown y Duguid, 1991).

El objetivo de este trabajo es, entonces, analizar el curso de Gestión Económico-Financiera como comunidad de aprendizaje, a través del estudio de los foros de discusión asincrónica en línea disponibles en su aula virtual. El análisis se abordará desde el enfoque del CSCL y la perspectiva social de la educación a distancia, utilizando la COI como modelo de análisis.

Metodología

Schrire (2006) señala que la investigación cualitativa está basada en la idea de que existen múltiples realidades y que el mundo necesita más bien ser interpretado que medido (esto último correspondería a la investigación cuantitativa). El desafío consiste en llevar adelante la investigación de forma tal que los comentarios de interpretación surjan a partir de patrones observados en los datos y sean sustentados por el análisis de estos. Ir “más allá del análisis cuantitativo” implica que las preguntas de investigación deben enmarcarse de modo que permitan un análisis integral de las variables (Schrire, 2006, p. 52).

En sintonía con esta perspectiva, la metodología de investigación diseñada para este trabajo es mixta, de tipo cuantitativo y cualitativo, con un enfoque descriptivo-interpretativo. En coincidencia con Gros (2008), se asume que las investigaciones sobre la construcción de conocimiento en la red utilizan, en primera instancia, métodos cuantitativos para calcular la cantidad de intervenciones y luego, a partir de métodos cualitativos, generan categorías para analizar las participaciones.

Siguiendo a Stake (2013), se propone un estudio de caso con foco en que “el estudio de caso no es una elección metodológica, sino una elección de qué ha de estudiarse” (p. 154). Se tomaron en cuenta las principales responsabilidades conceptuales del investigador de casos, destacadas por este autor: conceptualizar el objeto de estudio, seleccionar las cuestiones a enfatizar (las preguntas de investigación), buscar patrones

¹ :: El postgrado tiene una duración de tres semestres.

de datos para elaborar dichas cuestiones, triangular las observaciones y bases para la interpretación, elaborar afirmaciones acerca del caso.

Para elegir el caso se consideró la selección basada en criterios (Goetz y LeCompte, 1988) o idea de muestreo teórico (Strauss y Corbin, 1998). Para la observación general del aula virtual del curso se diseñó un instrumento específico (ver anexo 1)² basado en la bibliografía de análisis de prácticas y considerando las buenas prácticas de enseñanza (Chickering y Gamson, 1987; Bain, 2007; Área, San Nicolás y Fariña, 2010; Cid, Zabalza y Doval, 2012; Leymoní y Bentancur, 2013). Asimismo, se establecieron dos niveles de análisis complementarios para los foros de discusión: participación (nivel macro) y análisis de discurso (nivel micro).

En el nivel macro, se diferenció el análisis de interacción –mensajes que son respuesta a otros, en forma implícita o explícita– del análisis de participación (Schrire 2006), y se restringió el estudio a la participación definida como el número de mensajes posteados (Hiltz, 1986). Se describieron las frecuencias de participación totales y observadas en los distintos foros, distinguiendo aquellas correspondientes a estudiantes y a la docente.

En el nivel micro, la elección de la naturaleza de los contenidos analizados y las unidades de transcripción consideradas siguió a Rourke, Anderson, Garrison, y Archer (2001). En la nomenclatura del análisis de contenidos, estos autores denominan segmentación en unidades (*unitizing*) al proceso de categorización e identificación de los segmentos de texto a analizar. Con relación a la naturaleza de los contenidos, se analizó el contenido manifiesto que, al encontrarse en la superficie de la comunicación, es más fácil de observar.

Se realizó una codificación guiada por conceptos (Gibbs, 2012) que tomó como base las categorías e indica-

dores propuestos por Garrison y Anderson (2005) para las presencias cognitiva, social y docente del marco conceptual de la COI.

Preguntas de investigación

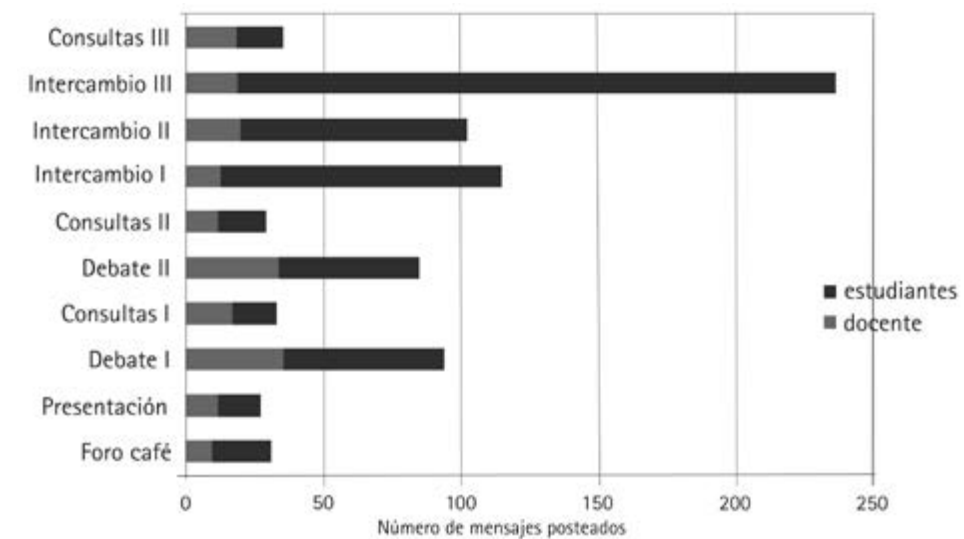
Las preguntas que orientaron esta investigación abarcan ambos niveles de análisis considerados, a saber:

1. ¿Cuáles son las formas de participación (*participation patterns*) observadas en los foros del curso? (nivel macro).
2. ¿Es posible evidenciar la comprensión de los tópicos trabajados en los foros del curso a partir del análisis de los indicadores correspondientes a la presencia cognitiva? (nivel micro).
3. ¿Es posible caracterizar elementos que se corresponden con buenas prácticas en educación a distancia a partir de la presencia docente? (nivel micro).
4. ¿Es posible identificar procesos de construcción colaborativa a partir del análisis de los indicadores de la presencia social? (nivel micro).

Resultados

El curso Gestión Económico-Financiera –que tiene tres semanas de duración, en las que se desarrollan tres unidades temáticas– se realiza a través de la plataforma *Moodle* de la UCU³. La versión analizada contó con quince estudiantes y una docente, y corresponde a la tercera edición del Postgrado en Comunicación Organizacional (generación 2014). La selección del caso obedeció a la ubicación del curso en el trayecto curricular del postgrado (inicio del segundo semestre), con lo cual los estudiantes ya contaban con un conocimiento más afianzado del grupo, además de estar familiarizados con la modalidad de

Figura 1. Interacción en los foros del curso (los números romanos indican la unidad a la que corresponde el foro)



Fuente: Elaboración propia (2016)

trabajo en línea. La elección se fundamentó además en el enfoque de las buenas prácticas de enseñanza (Chickering y Gamson, 1987; Bain, 2007; Área et al., 2010) y en los resultados de las encuestas de opinión estudiantil sobre el curso, que coincidieron con esa idea al evaluarlo de manera favorable.

Nivel macro: análisis de interacción en foros

En este análisis se incluyeron todos los foros del curso (10), tanto los de participación general (foros de presentación y expectativas, consultas, debate y café⁴) como los de trabajo en equipos (foros de intercambio). Se realizó un conteo de los mensajes incluidos en todos los foros, y se diferenciaron los mensajes de los estudiantes y la docente (ver figura 1).

Los estudiantes escribieron, en promedio, un mensaje cada uno en los foros de consultas y en el foro de

presentación; mientras que en los foros de debate correspondientes a las unidades I y II se escribieron cuatro y tres mensajes por estudiante, respectivamente. Los foros de intercambio I, II y III registraron un promedio de 21, 17 y 44 mensajes, respectivamente.

La relación de mensajes estudiante/docente fue de 1:1 en los foros de presentación y expectativas, y consultas I y III; en ambos foros de debate y en el foro café fue 2:1; en los foros de intercambio I, II y III fue de 9:1, 4:1 y 12:1, respectivamente.

Los promedios globales totales (estudiantes y docente) de los mensajes publicados en cada unidad –que se corresponden con cada una de las tres semanas que dura el curso–, así como los promedios de mensajes del total de estudiantes y de la docente en cada semana se observan en la tabla 1.

⁴: El foro café tiene como función que los participantes de un curso en línea puedan intercambiar libremente sobre temas que no están vinculados con los contenidos académicos; es un espacio de recreo virtual.

²: Los resultados detallados de la observación del aula virtual con este instrumento forman parte de la investigación sobre modelos de enseñanza en Comunicación Organizacional y no se incluyen en este trabajo.

³: <http://webasignatura.ucu.edu.uy>

| Tabla 1. Participación por semana, de estudiantes y docente, en los foros del curso | | | | | | |
|---|---------|-------------|---------|------------------|----------------------|----------------|
| | Docente | Estudiantes | Totales | Promedio docente | Promedio estudiantes | Promedio total |
| Semana 1 | 68 | 101 | 169 | 10 | 14 | 24 |
| Semana 2 | 46 | 82 | 128 | 7 | 12 | 18 |
| Semana 3 | 68 | 423 | 491 | 10 | 60 | 70 |

Fuente: Elaboración propia (2016)

Nivel micro: análisis de discurso

En este nivel de análisis se consideraron los foros de contenido académico en los que participaron conjuntamente todos los estudiantes del curso: foro presentación y expectativas, foro debate I (unidad 1) y foro debate II (unidad 2) que incluyeron 27, 94 y 85 mensajes, respectivamente.

Para la segmentación en unidades se eligió trabajar con una combinación de unidades sintácticas (párrafos y oraciones) y temáticas. Se obtuvo un total de 1591 unidades, 301 en el foro presentación y expectativas, 696 en el foro debate I y 594 en el foro debate II.

La distribución porcentual de las presencias del modelo COI para el total de las unidades analizadas fue la siguiente: 28 % para la *presencia cognitiva*, 50 % para la *presencia social* y 23 % para la *presencia docente*.

La tabla 2 describe los detalles de la categorización del contenido manifiesto para la *presencia cognitiva*, con los indicadores utilizados y ejemplos de unidades para dichos indicadores, que fueron obtenidos de los foros analizados.

Los indicadores originales de las tres presencias fueron corregidos durante el análisis para ajustarse mejor a las categorías observadas en el texto (Gibbs, 2012). Por este motivo se incluyeron ejemplos de cada uno, tomados de los foros analizados, que aparecen citados de manera textual. Cabe señalar que todos los ejemplos adquieren su real significado y valor en el contexto de los mensajes de los foros en los que fueron escritos; fuera de ellos pueden no quedar del todo claros.

Con relación a la distribución porcentual de las categorías de *presencia cognitiva* para el total de las unidades analizadas se observó un 20 % tanto en la categoría de activación como la de exploración, un 28 % para la integración y un 32 % para la resolución.

| Tabla 2. Presencia cognitiva (PC) | | |
|-----------------------------------|---|---|
| Activación | A1. Establecer situación inicial | El haber rotado a otras unidades académicas me dio una visión general y me ayudó a comprender cuestiones varias... |
| | A2. Plantear expectativas/intereses | ... mi interés es poder desarrollar un "buen presupuesto", manejar conceptos de inflación... |
| | A3. Reconocer el problema/situación | ... confieso que me cuesta en algunos casos, fundamentar por qué elegí tal opción y no otra... |
| | A4. Expresar confusión/dificultad | Me está resultando mucho más complejo este tema. |
| Exploración | E1. Expresar divergencia | Mi opinión es que no siempre esto tiene que ver con..., ... sería algo muy simple y la realidad es más compleja. |
| | E2. Intercambiar información/citar bibliografía | ... al sopesar el costo-beneficio de tal decisión, concluí que..., con retos o enriquecimiento individual como lo pone Mankiw... |
| | E3. Aportar detalles, comentarios, sugerencias | En cuanto al "tiempo", no es un detalle menor, ya que también podría ser... |
| | E4. Aportar ideas tentativas para resolver situaciones | Si esa fuera la situación... |
| | E5. Saltos intuitivos | Ahora entendí que se refiere a... |
| | E6. Ideas previas | ... creo que en nuestro país aún no hay conciencia de la importancia de la comunicación en las empresas, pero si fundamentas con números es probable que te escuchen. |
| Integración | I1. Agregar en la misma línea/convergencia | Esta situación a su vez se relaciona con el concepto de... |
| | I2. Síntesis | Por ahora y leyendo los materiales, la conclusión que saco es... |
| | I3. Soluciones posibles a la situación/problema planteado; responder una pregunta del docente | Es neurálgico saber cuál es la situación económico financiera, ya que de ello depende la dimensión y alcance de nuestro proyecto. |
| Resolución | R1. Aplicar/ ejemplificar | Me gustaría plantear un ejemplo relacionado a la empresa para ver si tengo claro el concepto. |
| | R2. Comprobar/revisar | ... creo que parte de entender cuál era el problema y qué solución buscábamos incluía hacer las cosas de una forma efectiva y al final no fue así. |
| | R3. Defender | ... consultando con personas especialistas en el tema, este tipo de conexión es más segura y eso me da más tranquilidad, mayor beneficio. |

Fuente: Elaboración propia (2016)

La tabla 3 describe las tres categorías referidas a la *presencia docente*, con los indicadores correspondientes a cada una y ejemplos tomados de los foros analizados. En la distribución porcentual de las categorías asociadas a la *presencia docente* para las unidades analizadas

se observó un 19 % de unidades en la categoría de diseño educativo e indicadores de organización, un 36 % en las orientaciones explícitas de enseñanza y 45 % en la categoría de promover y animar la elaboración del discurso.

| Tabla 3. Presencia docente (PD) | |
|---|--|
| Indicadores | Ejemplos |
| Diseño educativo e indicadores de organización (PD-DO) | |
| 1. Fijar el programa/objetivos de estudio | En este foro compartiremos nuestras impresiones... |
| 2. Diseñar estrategias/modalidades de trabajo | ... pueden intervenir todas las veces que lo crean necesario hasta completar los puntos significativos... |
| 3. Plantear observaciones a nivel macro del contenido de los cursos | Vamos a ir de lo general a lo particular, así que culminaremos con la elaboración de un presupuesto... |
| 4. Establecer plazos | Nota: el foro vence el domingo a las 23 horas. |
| 5. Utilizar adecuadamente el medio/explicitar su uso | ... decir "qué bueno el ejemplo de fulanita" es insuficiente. |
| Orientaciones explícitas de enseñanza (PD-E) | |
| 1. Presentar, fundamentar contenidos/cuestiones | Lo que quiero transmitir es que el mismo curso a dictar por un honorario bajo,... |
| 2. Centrar el debate en temas específicos | La reflexión que propongo para esta semana es sobre una sola pregunta... |
| 3. Resumir el debate/tema | Hemos cerrado el foro y aquí van los resultados de la situación de partida respecto del acercamiento de la disciplina... |
| 4. Confirmar la comprensión mediante la evaluación y retroalimentación explicativa | Revean algunos razonamientos a la luz de esta aclaración. |
| 5. Diagnosticar/aclarar errores de concepto | Lo usual es caer en algunas trampas como... |
| 6. Aportar desde diferentes fuentes de conocimiento: libros, artículos, internet, ejemplos, experiencias personales | Yo por ejemplo soy bastante detallista y conservadora si me presentan una propuesta... |
| 7. Responder a las preocupaciones/disminuir ansiedades | Voy a aclarar lo de las calificaciones para bajar la ansiedad. |
| Promover y animar la elaboración del discurso (PD-PD) | |
| 1. Animar, reconocer o reforzar las contribuciones de los estudiantes | Hasta ahora los ejemplos son estupendos... |
| 2. Intentar alcanzar un consenso | ... el 100% ha tenido un acercamiento... simplemente porque todos han vivido :-) |
| 3. Establecer un clima de estudio | ... es importante comenzar antes las participaciones en el foro porque son espacios colaborativos de aprendizaje... |
| 4. Extraer opiniones de los participantes, promover el debate | Y tiro otra punta de razonamiento que puede ser de interés para ustedes como comunicadores, ... |
| 5. Evaluar la eficacia del proceso | Muchas intervenciones estuvieron bien encaminadas y otras un tanto desorientadas. |

Fuente: Elaboración propia (2016)

La tabla 4 describe los detalles de la categorización del contenido manifiesto para la *presencia social* con los indicadores utilizados y su definición, ilustrados con ejemplos tomados de los foros analizados. En el caso de los porcen-

tajes observados para las unidades analizadas correspondientes a las categorías de la *presencia social*, los resultados fueron los siguientes: 42 % vinculadas a la categoría afecto, 20 % a comunicación abierta y 38 % a cohesión.

| Tabla 4. Presencia social (PS) (Los nombres de los participantes fueron cambiados) | | | |
|---|---|---|---|
| Afecto | A1. Expresión de emociones | Expresiones convencionales o no convencionales de emoción (puntuación repetitiva, emoticones, etc.) | Jaja, ¡me encanta Mafalda! |
| | A2. Recurrir al humor | Hacer bromas, ser irónico, sarcástico... | Confieso que estoy un poco mareado y eso que no he tomado nada. |
| | A3. Expresarse abiertamente | Presentar detalles de la vida personal fuera del ámbito de clase; expresar vulnerabilidad | ¡Improvisar menos en mi caso es un gran avance! |
| Comunicación abierta | CA1. Referirse explícitamente a los mensajes de otros | Referirse al contenido de otros mensajes | Creo que entiendo el nuevo contexto que plantea Grace y que Silvia contestó por ahí: ... |
| | CA2. Hacer preguntas | Hacer preguntas a otros estudiantes o al docente | No sé si está bien este razonamiento, y si es así, ¿en qué contexto se evaluaría nuestro trabajo como un costo? |
| | CA3. Expresar aprecio | Felicitar a los demás por el contenido de sus mensajes | ¡Gracias Rodrigo por el video explicando el costo de oportunidad, quedó clarísimo! |
| | CA4. Expresar acuerdo | Estar de acuerdo con otros o con el contenido de sus mensajes | Coincido con lo que dice Flor... |
| Cohesión | C1. Vocativos | Referirse o dirigirse a los demás por sus nombres | Es así Berta. |
| | C2. Referirse al grupo usando pronombres inclusivos | Utilizar "nuestro", "nosotros", para dirigirse al grupo | En este foro compartiremos nuestras impresiones... |
| | C3. Cortesía | Comunicación que cumple una función social: saludos, despedidas | ¡Hola a todos! Nos seguimos leyendo. |

Fuente: Elaboración propia (2016)

Discusión

Nivel macro: análisis de interacción en foros

Los estudiantes mantuvieron un ritmo de participación sostenido a lo largo del curso y todos cumplieron con las diferentes consignas propuestas para los foros, tal como indican los niveles de interacción (figura 1). En el foro de presentación se registra un mensaje por cada uno; en los foros de discusión participaron activamente, excedieron en promedio las intervenciones mínimas solicitadas (al menos dos) y realizaron consultas en los foros respectivos de ambas unidades (tabla 1). Durante la actividad grupal (unidad 3), los niveles de participación variaron entre los equipos, pero todos se mantuvieron muy activos. En los tres casos la docente hizo hincapié en la riqueza de los intercambios generados en los foros.

Cabe señalar que el equipo que registró un mayor número de interacciones para coordinar la tarea grupal fue el que obtuvo la mejor calificación (sobresaliente). Uno de los aspectos que la docente destacó en la devolución a ese equipo fue el excelente proceso del grupo, su organización temprana y la exposición de las fortalezas y debilidades de sus integrantes para poder complementarse.

Es interesante señalar el nivel de participación observado en el foro café. En este foro la participación es voluntaria y los estudiantes pueden abrir hilos de conversación sobre temas de su interés. La propuesta inicial está dirigida a intercambiar sobre temas que no necesariamente tengan corte académico, se plantea como un ámbito de esparcimiento para compartir un café virtual. El foro incluyó siete hilos de conversación y en varios se retomaron temas planteados en los foros de debate, con un espíritu más asociado con el humor y las experiencias personales, a modo de juego, a través de la publicación de videos que ilustraban cuestiones específicas o anécdotas de los participantes (estudiantes y docente).

Los temas del curso, en especial las ideas previas y temores asociados con los números, se retomaron de forma más distendida: “me alegro que el ejemplo sirva para ir rompiendo algunos esquemas que nos permitan relacionarnos mejor con los números”, señalaba la docente.

Existen evidencias empíricas de investigaciones (Hrastinski, 2009 y sus referencias) que argumentan que el aprendizaje en línea está asociado con la participación, y que dicho aprendizaje se logra mejor cuando quienes aprenden participan y colaboran. Estas actividades de interacción con otros se benefician de destinar grupalmente más tiempo a sintetizar e integrar ideas y conceptos, y a promover habilidades de pensamiento crítico y resolución de problemas. Si se analiza la participación en los foros desde esta perspectiva, en particular para el caso de los estudiantes, puede afirmarse que la participación observada es reflejo de aprendizaje. Esta situación se destacó, sobre todo, durante la unidad 3, en la que se desarrolló el trabajo en equipos para resolver un caso basado en la realidad.

Los resultados correspondientes a la interacción en los foros de intercambio (figura 1) son consistentes con los promedios de participación semanal observada para estudiantes y docente. Para enfatizar la importancia de los altos niveles de participación, puede agregarse que investigaciones referidas a la enseñanza en línea (Joksimovic et al., 2015 y sus referencias) señalan que las discusiones asincrónicas virtuales constituyen el enfoque más destacado para sostener la colaboración entre estudiantes y apoyar el aprendizaje.

Considerando los modos de participación en los foros del curso, en términos generales se observó una participación activa de los estudiantes en todos ellos, con un nivel que superó los requerimientos solicitados para los de debate, en las dos primeras unidades, y

con un marcado incremento durante el trabajo en la unidad 3. La participación docente fue sostenida a lo largo de todo el curso, con un mínimo descenso en promedio durante la unidad 2.

Otros aspectos que consideran los estudios sobre participación en CSCL son, por mencionar algunos, el estudio del largo de los mensajes o el tiempo de permanencia en la plataforma (Chávez, Montaña y Barrera, 2015 y sus referencias). Si bien este tipo de análisis contribuiría a profundizar la caracterización de los modos de participación en los foros del curso, excede los objetivos propuestos para este trabajo.

Nivel micro: análisis de discurso en los foros

El análisis de discurso en los foros es complementario del análisis de la participación, en especial para evidenciar la construcción de la COI y de las presencias *cognitiva*, *docente* y *social*, que interactúan para generar un espacio de aprendizaje.

Presencia cognitiva

Todas las fases del modelo de investigación práctica que describen la *presencia cognitiva* en un contexto educativo están presentes en las unidades de los foros estudiados, con mayor expresión en las fases de integración y resolución (tabla 2).

Es importante señalar que las fases no son inmutables y que pueden invertirse o cambiar de orden al ir alcanzando (o no) la comprensión (Garrison y Anderson, 2005). Esta presencia hace evidente el proceso de construcción de pensamiento crítico del grupo en los foros analizados.

En la exploración se destacó el intercambio de información sustentado con bibliografía (PC-E2) y también las ideas tentativas (PC-E4). En la integración se destacó la

síntesis de ideas (PC-I2) y en especial el aporte de soluciones (PC-I3). En la resolución se destacó la aplicación de conceptos a través de ejemplos (PC-R1).

Si se considera la comprensión como la capacidad de pensar y actuar a partir de lo que uno sabe (Perkins, 1995, 1999), los indicadores de la *presencia cognitiva* permiten inferir la comprensión por parte de los estudiantes de los temas propuestos en los foros (por ejemplo, la importancia del análisis costo-beneficio y el costo de oportunidad en la toma de decisiones, en el foro de discusión de la unidad I). Estos temas, a su vez, derivan de los tópicos o preguntas esenciales trabajados en las clases virtuales de cada unidad del curso (¿Agrega valor para el comunicador organizacional conocer el entorno económico de su organización? en la clase virtual I).

Presencia docente

Indicadores de diseño y organización (tabla 3): El diseño general del curso refleja la impronta disciplinar de la docente, quien configura una propuesta flexible que admite diferentes niveles de profundización. Cuenta con un bloque central bien definido, que comprende las bases teóricas de la economía. Este diseño sigue la línea propuesta y desarrollada en el curso “Planificar clases que promuevan la comprensión”, destinado a la formación inicial para los docentes antes del inicio del postgrado (Czerwonogora y Leymonie, 2015). Corroboró así su interés en la comprensión —con el sentido ya definido en este trabajo— y el énfasis en que esta sea adquirida por los estudiantes.

Indicadores de enseñanza: Estos indicadores señalan el acompañamiento docente en el desarrollo de las habilidades cognitivas propuestas (andamiaje). Hay un seguimiento importante de la actividad de los estudiantes y una respuesta rápida a las inquietudes y consultas, al brindar las aclaraciones necesarias. Se

destaca la retroalimentación explicativa destinada a confirmar la comprensión (PD-E4), con un sentido siempre constructivo.

Indicadores de promoción del discurso: Se distinguió muy especialmente el indicador asociado con animar, reconocer o reforzar las contribuciones de los estudiantes (PD-PD1); también la acción de extraer opiniones de los participantes y promover el debate (PD-PD4). En sus directrices para la práctica de propuestas de *e-learning*, Garrison y Anderson (2005) señalan que resulta fundamental animar a los estudiantes sobre sus contribuciones, sobre todo para responsabilizarlos de su proceso de aprendizaje al enriquecer su conciencia metacognitiva.

Los indicadores de *presencia docente* observados en el análisis, en conjunto, son coherentes con las directrices para la práctica que ofrecen Garrison y Anderson (2005) para generar y valorar una experiencia exitosa de *e-learning*. Además, permiten confirmar la premisa inicial de selección del curso basada en buenas prácticas. En este sentido, coinciden con elementos señalados en la investigación de Bain (2007) que caracterizan buenas prácticas docentes: énfasis en desafío intelectual a través de las preguntas; evaluación formativa para ayudar a aprender, centrada en el proceso; generación de problemas abiertos a resolver, en los que el estudiante puede tomar el control. Por otra parte, también son consistentes con la mayoría de los principios de buenas prácticas de Chickering y Gamson (1987): desarrollan cooperación entre los estudiantes, estimulan el aprendizaje activo, brindan retroalimentación a tiempo, enfatizan el tiempo en las tareas, comunican expectativas altas.

Por último, con relación a buenas prácticas en aulas virtuales (Área et al., 2010), se observa en el curso una combinación equilibrada de las tres dimensiones (informativa, comunicativa y experiencial) que conforman el modelo de análisis de docencia virtual utilizado por estos

autores. Sobre los recursos informativos para estudiar el contenido, la docente incorpora documentos y materiales en distintos formatos, e inclusive un acercamiento al proceso de diseño del curso elaborado durante la formación “Planificar clases que promuevan la comprensión” previa al inicio del postgrado. Los recursos para el aprendizaje experiencial aparecen representados en los desempeños de comprensión (Perkins, 1999) que los estudiantes deben realizar en el aula virtual. Finalmente, los recursos de comunicación se evidenciaron en los foros y el diario, que generaron procesos de interacción social y comunicativa entre docente y estudiantes.

Presencia social

En los indicadores de *presencia social* (tabla 4) sobresalieron aquellos relacionados con la afectividad. Si bien el indicador con mayor presencia corresponde a la categoría de cohesión, vinculado con una comunicación que cumple una función social (saludos y despedidas, PS-C3) debe señalarse muy especialmente la expresión de emociones (PS-A1), que muestra un altísimo nivel. Tanto estudiantes como docente utilizaron con mucha frecuencia emoticones en sus mensajes. Además, el humor estuvo presente en todos los foros analizados.

Como expresan Garrison y Anderson (2005), la comunicación afectiva no es una característica típica exclusiva de la *presencia social*, también es un rasgo propio de la participación en una COI. Los comportamientos socio-emocionales que expresan respeto y apoyo reflejan las condiciones necesarias para la reflexión; las muestras de afecto inciden a su vez en la comunicación abierta. En este sentido, predominaron las expresiones de aprecio y reconocimiento de los aportes entre los participantes (PS-CA3) así como el acuerdo (PS-CA4). Todos los indicadores mencionados contribuyen a la categoría de cohesión, que es esencial para mantener el compromiso y objetivos de la COI. La cohesión se observó a partir de los tres indicadores de la categoría: los participantes se dirigieron a los demás por sus

nombres y se refirieron a “nuestro” grupo. La docente también contribuyó, con su ejemplo, a favorecer las interacciones y el pensamiento crítico.

Sobre estos aspectos, Yücel y Usluel (2016) señalan que el comportamiento empático afecta de modo positivo el aprendizaje de los estudiantes: utilizar habilidades interpersonales constituye un factor mediador para resolver los conflictos, lo que mejora el desempeño del grupo y a la vez los logros individuales. La *presencia social* contiene los elementos que convierten una comunidad con función social en sentido amplio en una COI. En una primera aproximación, las fases del modelo de investigación práctica observadas sugieren un proceso de construcción colectiva de significados. Para profundizar en esta idea sería necesario analizar las presencias *cognitiva* y *social* en los foros de trabajo colaborativo por equipos de la unidad 3.

En una mirada complementaria sobre los aspectos referidos a los indicadores de *presencia social*, Castells (s/a) señala que es el comportamiento el que cambia Internet. Los resultados de estudios sobre la vida social en Internet indican que las comunidades virtuales también son comunidades (generan sociabilidad, generan relaciones y redes de relaciones humanas), pero diferentes de las físicas. Lo más interesante es la idea de que son comunidades personales, basadas en los intereses individuales y en las afinidades y valores de las personas. Internet permite la conexión entre las personas obviando los límites físicos de lo cotidiano y generando redes de afinidades.

Por otra parte, el panorama internacional sobre las TIC que describe Segura (2009) señala los cambios que atraviesa el sistema educativo: el aprendizaje a lo largo de la vida para resolver la necesidad de formación permanente, la importancia de dominar los procesos y estrategias cognitivas y metacognitivas frente al de los contenidos (aprender a aprender), la tecnología como facilitadora de los métodos de aprendizaje individual y el aprendizaje colaborativo.

Conclusiones y perspectivas

En resumen, el análisis desarrollado sobre el curso Gestión Económico-Financiera, a partir de la participación y los parámetros del modelo COI, permite afirmar su conformación como una comunidad de aprendizaje virtual.

- Si se considera la participación como indicador de aprendizaje, que se logra mejor cuando quienes aprenden participan y colaboran, puede afirmarse que las interacciones observadas en los foros confirman la existencia de aprendizaje por parte del grupo de estudiantes.
- Es posible señalar, además, evidencias de comprensión de los temas trabajados en los foros, a partir de los indicadores de *presencia cognitiva*.
- Los indicadores de *presencia docente* coinciden con elementos descritos en los modelos de buenas prácticas de enseñanza.
- Los indicadores de *presencia social* sugieren un comportamiento empático que favorece los procesos de colaboración en todo el grupo, lo cual complementa lo observado para la *presencia cognitiva*.

En trabajos futuros se espera profundizar en los análisis de participación y contenido enfocados en la cognición, a través del uso de otras tipologías para contrastar los resultados observados con relación a procesos de aprendizaje y pensamiento de orden superior (Sherry, Billig y Tavalin, 2000; Schrire 2006). Un análisis más exhaustivo de las situaciones planteadas, vinculadas con el rol del comunicador organizacional, permitirá obtener elementos específicos asociados a la didáctica de la disciplina. Por otra parte, el análisis de los foros del trabajo en equipos permitirá profundizar en las modalidades de construcción colaborativa del aprendizaje.

Referencias

- Área, M., San Nicolás, M. B., y Fariña, E. (2010). Buenas prácticas de aulas virtuales en la docencia universitaria semipresencial. *Revista Teoría de la Educación: Educación y Cultura en la Sociedad de la Información*, 11(1), 7-31. Recuperado de: http://revistatesi.usal.es/~revistas_trabajo/index.php/revista-tesi/article/view/5787/5817
- Bain, K. (2007). *Lo que hacen los mejores profesores universitarios* (O. Barberá, Trad.). Valencia, España: Universitat de Valencia.
- Cid, A., Zabalza, M. A., y Doval, M. I. (2012). La docencia universitaria: un modelo para su análisis. *Revista de Docencia Universitaria*, 10(1), 87-104.
- Brown, J. S., y Duguid, P. (1991). Organizational Learning and Communities-of-Practice: Toward a Unified View of Working, Learning, and Innovation. *Organization Science*, 2(1), 40-57.
- Castells, M. (s/a). Internet y la sociedad red. Lección inaugural del programa de doctorado sobre sociedad de la información y el conocimiento de la UOC. Recuperado de: <http://www.uoc.edu/web/cat/articles/castells/castellsmain1.html>
- Chávez, J., y Romero, M. (2012). Group awareness, learning, and participation in Computer Supported Collaborative Learning (CSCL). *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 46, 3068-3073. doi:10.1016/j.sbspro.2012.06.012
- Chávez, J., Montaña, R., y Barrera, R. (2016). Structure and content of messages in an online environment: An approach from participation. *Computers in Human Behavior*, 54, 560-568.
- Chickering, A. W., y Gamson, Z. F. (1987). Seven Principles for Good Practice in Undergraduate Education. *The American Association for Higher Education Bulletin*. Recuperado de: <http://www.lonestar.edu/multimedia/SevenPrinciples.pdf>
- Czerwonogora, A., y Leymonié, J. (2015). Planificando clases que promuevan la comprensión en el Postgrado en Comunicación Organizacional. *II Jornadas de Investigación en Educación Superior*. Recuperado de: <http://www.cse.csic.edu.uy/cdjies/files/poster/6.%20Czerwonogora.pdf>
- Dewey, J., y Childs, J. L. (1981). The underlying philosophy of education. En J. A. Boydston (Ed.), *John Dewey: The later works, 1925-1953*, Vol. 8 (pp. 77-103). Carbondale, IL: Southern Illinois University Press.
- Garrison, D. R., y Anderson, T. (2005). *El e-learning en el siglo XXI*. Barcelona, España: Octaedro.
- Garrison, D.R., Anderson, T., y Archer, W. (2000). Critical Inquiry in a Text-based Environment: Computer Conferencing in Higher Education. *The Internet and Higher Education*, 2(2-3), 87-105.
- Goetz, J. P., y LeCompte, M. D. (1988). Etnografía y diseño cualitativo en investigación educativa. Madrid, España: Morata.
- Gibbs, G. (2012). *El análisis de datos cualitativos en la investigación cualitativa*. Madrid, España: Morata.
- Goggins, S.P., Jahnke, I., y Wulf, V. (2013). *Computer-Supported Collaborative Learning at the Workplace*. New York, NY: Springer.
- Gros, B. (2008). *Aprendizajes, conexiones y artefactos. La producción colaborativa del conocimiento*. Barcelona, España: Gedisa.
- Hiltz, S. R. (1986). The "virtual classroom": using computer-mediated communication for university teaching. *Journal of Communication*, 36(2), 95-104.
- Hrastinski, S. (2008). What is online learner participation? A literature review. *Computers & Education*, 51, 1755-1765.
- Hrastinski, S. (2009). A theory of online learning as online participation. *Computers & Education*, 52, 78-82.
- Joksimovic, S., Kovanovic, V., Skrypnik, O., Gasevic, D., Dawson, S., y Siemens, G. (2015). The history and state of online learning. En G. Siemens, D. Gašević, y S. Dawson (Eds.), *Preparing for the digital university: a review of the history and current state of distance, blended, and online learning* (pp. 93-131). Recuperado de: <http://linkresearchlab.org/PreparingDigitalUniversity.pdf>
- Lave, J., y Wenger, E. (1991). *Situated learning: legitimate peripheral participation*. Cambridge UK: Cambridge University Press.
- Leymonié, J., y Bentancur, L. (2013). Modelos de enseñanza de las Ciencias Agrarias. Proyectos de Investigación para la Mejora de la Calidad de la Docencia Universitaria. Comisión Sectorial de Enseñanza – Comisión Sectorial de Investigación Científica. Recuperado de: <http://www.fagro.edu.uy/docs/uensenia/otros/Proyecto%20Modelos%20de%20Ense%C3%B1anza%20de%20las%20Ciencias%20Agrarias.pdf>
- Lipman, M. (1991). *Thinking in education*. Cambridge UK: Cambridge University Press.
- Lipponen, L. (2002). Exploring foundations for computer-supported collaborative learning. En G. Stahl (Ed.), *Computer support for collaborative learning: Foundations for a CSCL community. Proceedings of the Computer-Supported Collaborative Learning 2002 Conference* (pp. 72-81). Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Pea, R. (1993). Practices of distributed intelligence and designs for education. En G. Salomon (Ed.), *Distributed cognitions: Psychological and educational considerations* (pp. 47-87). Cambridge, MA: Cambridge University Press.
- Perkins, D. (1993). Person-plus: A distributed view of thinking and learning. En G. Salomon (Ed.), *Distributed cognitions: Psychological and educational considerations* (pp. 88-110). Cambridge, MA: Cambridge University Press.
- Perkins, D. (1995). *La escuela inteligente. Del adiestramiento de la memoria a la educación de la mente*. Barcelona, España: Gedisa.
- Perkins, D. (1999). ¿Qué es la Comprensión? En M. Stone Wiske (Comp.), *La Enseñanza para la Comprensión. Vinculación entre la investigación y la práctica* (pp. 69-92). Buenos Aires, Argentina: Paidós.
- Puntambekar, S., Erkens, G., y Hmelo-Silver, C. E. (2011). *Analyzing Interactions in CSCL. Methods, Approaches and Issues*. New York, NY: Springer.
- Rourke, L., Anderson, T., Garrison, D. R., y Archer, W. (2001). Methodological issues in the content analysis of computer conference transcripts. *International Journal of Artificial Intelligence in Education*, 12, 8-22.
- Sanz, S. (2013). Las comunidades de práctica son tendencia. *CO-MeIN*, 19. Recuperado de: <http://goo.gl/QQIZUb>
- Schrire, S. (2006). Knowledge building in asynchronous discussion groups: Going beyond quantitative analysis. *Computers & Education*, 46(1), 49-70.
- Segura, M. (2009). Panorama internacional de las TIC en la educación. Barreras actuales y propuestas de futuro. *TELOS*, 78. Recuperado de: <https://telos.fundaciontelefonica.com/telos/articulocuaderno.asp?idarticulo=3&rev=78.htm>
- Sherry, L., Billig, S. H., y Tavalin, F. (2000). Good online conversation: building on research to inform practice. *Journal of Interactive Learning Research*, 11(1), 85-127.
- Stahl, G. (2002). Contributions to a Theoretical Framework for CSCL. En G. Stahl (Ed.), *Computer support for collaborative learning: Foundations for a CSCL community. Proceedings of CSCL 2002* (pp 62-71). Boulder, CO: Lawrence Erlbaum Associates.
- Stake, R. (2013). Estudios de caso cualitativos. En N. K. Denzin, e Y. S. Lincoln (Coords.), *Manual de Investigación Cualitativa Volumen III. Las estrategias de investigación cualitativa* (pp. 154-197). Barcelona, España: Gedisa.
- Strauss, A., y Corbin, J. (1998). *Basics of Qualitative Research*. California, CA: Sage Publications.
- Vygotsky, L. S. (1962). *Thought and language*. New York, NY/ Londres, Inglaterra: Wiley/MIT Press.
- Vygotsky, L. S. (1978). *Mind in society: The development of higher psychological processes*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Yücel, U. A., y Usluel, Y. K. (2016). Knowledge building and the quantity, content and quality of the interaction and participation of students in an online collaborative learning environment. *Computers & Education*, 97, 31-48.
- Wenger, E. (1998). *Communities of practice: Learning, meaning and identity*. Cambridge, MA: Cambridge University Press.
- Wenger, E., McDermott, R., y Synder, W.M. (2002). *Cultivating Communities of Practice: A Guide to Managing Knowledge*. Boston, MA: Harvard Business School Press.

Anexo 1

Instrumento de observación de aulas y clases virtuales

AULA VIRTUAL

Identificación del aula: nombre, profesor, n.º de inscriptos

Contenidos y recursos de información: documentos, presentaciones, bibliografía, enlaces

Actividades de aprendizaje:

indagación y colaboración (*wikis*)

construcción, elaboración y publicación (foros de debate, tareas individuales a entregar en espacio homónimo)

Recursos de comunicación:

foros

novedades

Evaluación:

recursos (cuestionarios, otros)

tipo de evaluación (continua o sumativa y final)

retroalimentación

Aspectos gráficos:

diseño

tipografía

imágenes

colores

CLASE VIRTUAL

Se define la **clase virtual** como el conjunto de elementos ubicados en el aula virtual del curso o vinculados en ella; comprende la clase virtual propiamente dicha (en Moodle con base en el recurso "página"), así como todos los recursos y actividades asociados que se explicitan y vinculan a partir de esta: foros de consultas, debate, espacios de tareas, *wikis*, foros de intercambio de equipos, sitios web, etcétera.

| Dimensiones (eje funcional) | Fases y episodios (eje temporal) | | |
|--|----------------------------------|------------|------------|
| | Inicial | Desarrollo | Conclusión |
| Métodos de enseñanza | | | |
| Estudio de casos | | | |
| ABP | | | |
| Resolución de problemas | | | |
| Aprendizaje colaborativo | | | |
| Proyectos | | | |
| Tareas que realiza el profesor a partir del texto de la clase virtual y actividades anexas | | | |
| Presenta información: <ul style="list-style-type: none"> Referencia a contenidos anteriores Presenta contenidos Responde Reformula o reorganiza respuestas | | | |
| Orienta: <ul style="list-style-type: none"> Fija objetivos Define tareas Da instrucciones Señala pautas de evaluación Marca plazos | | | |

| Dimensiones (eje funcional) | Fases y episodios (eje temporal) | | |
|--|----------------------------------|------------|------------|
| | Inicial | Desarrollo | Conclusión |
| Organiza: <ul style="list-style-type: none"> Estructura la situación de enseñanza Organiza el trabajo de los estudiantes | | | |
| Motiva: <ul style="list-style-type: none"> Solicita Desarrolla los aportes de los estudiantes Deja tiempo para reflexionar Brinda pistas Ayuda Guía Anima | | | |
| Evalúa: <ul style="list-style-type: none"> Verifica la comprensión Controla, corrige Reorienta Confronta Explica lo mismo varias veces de distintas maneras | | | |
| Medios de comunicación | | | |
| Escritos: <ul style="list-style-type: none"> Libros/fragmentos Artículos | | | |
| Visuales: <ul style="list-style-type: none"> Imágenes | | | |
| Audiovisuales: <ul style="list-style-type: none"> Videos Presentaciones Otros | | | |
| Interacción social | | | |
| Estructuras de participación: <ul style="list-style-type: none"> Monologal/ unidireccional (clase virtual) Dialogal (foro, diario) Bidireccional Interactiva | | | |
| Nivel de participación: <ul style="list-style-type: none"> Profesor solo Profesor con ayuda de estudiantes Estudiante con la ayuda del profesor Estudiante solo | | | |
| Teoría/contenido/ relación con la práctica profesional | | | |



Foto: Pablo Porciúncula

La ruta digital a la presidencia argentina. Un análisis político e hipermediático de los discursos de Mauricio Macri en las redes sociales

The digital route to the presidency of Argentina. A political and hypermedia analysis of Mauricio Macri's discourses in social networks

<http://dx.doi.org/10.22235/d.v0i26.1321>

Ana Slimovich

RESUMEN

En la era contemporánea existen nuevos modos del discurso político, que son producto de la crisis en los medios masivos y del surgimiento de las redes sociales. En este artículo se analizan las discursividades presentes en las cuentas oficiales de Mauricio Macri en Facebook y en Twitter, a lo largo de tres fases sucesivas de su actividad política: la precandidatura presidencial de fines de 2010, que fue luego abortada; la candidatura a la reelección de la jefatura de Gobierno de la ciudad de Buenos Aires, en 2011; y la campaña presidencial de 2015. Se utiliza una metodología de análisis del discurso y sociosemiótica (Verón, 1987a), y se incorporan herramientas de la teoría de la circulación hipermediática (Carlón, 2015). Se concluye que la campaña de 2015, que consagró a Macri como presidente de Argentina, se caracteriza por una mixtura de rasgos que cruzan lo privado y lo público —en continuidad con los modos discursivos de 2010 y 2011—, así como por una diversificación en la destinación y una incorporación de modos de argumentación, apropiación e interrelación mediáticos.

Palabras clave: hipermediatización, redes sociales, elecciones, discurso político, apropiación

Introducción

La política contemporánea está atravesada por procesos de interacción con los medios masivos de comunicación y con los medios con base en Internet, lo que ha generado nuevos tipos de discursos políticos y nuevos modos de hacer campaña. Por un lado, desde la última década del siglo XX, se produjeron transformaciones en el sistema mediático, con el surgimiento de los *nuevos medios*, y se modificaron las prácticas de consumo —distintos modos de apropiación de los dispositivos e interfaces— en un proceso caracterizado por el fin de la hegemonía de los medios masivos y la crisis del *broadcast* (Carlón y Scolari, 2009; Verón, 2007). Por otro lado, se acentuó el proceso de mediatización de la política.

Desde la teoría de la mediatización de Verón (2001),¹ en la *sociedad mediática* —primera etapa de la sociedad de los medios masivos— las prácticas políticas se ven influidas por los medios. Estos generan una estrategia de representación y se proponen como *espejos* de un *exterior real*. Por el contrario, en la posterior *sociedad mediatizada*, los medios masivos se asumen

ABSTRACT

In the contemporary era, there are new modes of political discourse, product of the crisis in the mass media and the emergence of social networks. In this article, the discursiveness of Mauricio Macri's official accounts on Facebook and Twitter are analyzed, considering three phases of his political activity: the presidential pre-candidature at the end of 2010, which was later aborted; the candidature for the re-election for the Government of the city of Buenos Aires, in 2011; and the presidential campaign of 2015. The analysis is based on a methodology of discourse analysis and sociosemiotics (Verón, 1987a), and incorporates tools from hypermedia circulation theory (Carlón, 2015). It is concluded that the discourse of the 2015 campaign, in which Macri reached the presidency of Argentina, was characterized by a mix of features that cross the private and the public—in a continuity with the discursive modes of 2010 and 2011—as well as a diversification of the addressees and the incorporation of mediatic modes of argumentation, appropriation and interrelation.

Keywords: hypermedia, social networks, elections, political discourse, appropriation

como capaces de construir la realidad. Las prácticas políticas, entonces, están estructuradas en función de las lógicas de los medios masivos. Continuando esta idea, se puede afirmar que en la contemporaneidad se vive una tercera etapa: la *sociedad hipermediatizada* (Carlón, 2015), en la que se desarrollan fenómenos de relación entre el sistema de medios masivos y el sistema de medios con base en Internet. Las prácticas políticas, por ende, se ven influidas por estas nuevas condiciones de la circulación de los discursos.

Las redes sociales, como Facebook y Twitter, son concebidas como redes de medios (Carlón, 2012). “Estos medios son principalmente individuales y permiten a los sujetos enunciar en espacios públicos, gracias al histórico ‘ascenso’ de los sujetos en la historia de la mediatización” (Carlón, 2016, p. 7). De este modo, los discursos de los políticos en las redes sociales conviven con los discursos políticos de los ciudadanos que, por primera vez en la historia de la mediatización, acceden al espacio público sin los periodistas como intermediarios (Slimovich, 2012).

Ana Slimovich
Consejo Nacional de
Investigaciones Científicas
y Técnicas. Universidad
de Buenos Aires. Instituto
de Investigaciones Gino
Germani
Buenos Aires, Argentina
anaslimovich@hotmail.com

Recepción: 17/01/2017
Aceptación: 20/03/2017

1:: “El living y sus dobles: arquitecturas de la pantalla chica”, de Eliseo Verón, fue publicado originalmente en francés en 1984 (“Le séjour et ses doubles: architectures du petit écran”) y en 2001 fue incluido como un capítulo del libro *El cuerpo de las imágenes*.

La corriente anglosajona de estudios sobre la mediatización política ha apuntado a indagar en los contenidos políticos de las redes sociales, así como en los modos de relación entre los políticos, los ciudadanos, los periodistas, y sus discursos en los nuevos medios. Schulz (2014), uno de sus referentes, se pregunta si las nociones anglosajonas generadas para teorizar sobre la mediatización en los medios masivos pueden seguir siendo utilizadas en la contemporaneidad. En particular, cuestiona la noción de lógica mediática,² puesto que implica la existencia de un conjunto de características singulares en los medios: una *gramática*.

Schulz (2014) apunta a mostrar que, dadas las características de los nuevos medios —dominados por la *recombinación* y la continua *hibridación*— estos pueden ser utilizados por los ciudadanos individuales y por los movimientos sociales para expresar opinión, movilizar protestas, organizar acciones colectivas, así como también acciones ligadas únicamente a los espacios virtuales (como asistir a un evento de protesta en Facebook sin involucrarse con la temática ni participar en la movilización en el espacio urbano). Incluso, pueden ser herramienta de acciones negativas para la democracia, como aquellas ligadas al ciberterrorismo u otras formas discursivas habilitadas por el anonimato en Internet.

Por su parte, desde una concepción neoinstitucionalista, Hjarvard (2016) concuerda y sostiene que la mediatización no produce resultados similares en cada esfera de la sociedad, sino que “la interacción entre los medios y otros factores sociales y culturales debe ser analizada en su especificidad” (p.39). El teórico danés sostiene que no hay una lógica singular que opera en la contemporaneidad mediática, sino que hay una mixtura de “reglas formales e informales” (p. 47) que trabajan superpuestas —e incluso a veces en conflicto— en varios niveles. Desde esta perspectiva, en la contemporaneidad, la cultura y la sociedad están en una relación cada vez más estrecha de

interdependencia con los medios (Hjarvard, 2014); y, por consiguiente, es necesario evaluar a los nuevos medios desde su función social, antes que desde sus características intrínsecas.

Por otro lado, la dinámica política-medios ha implicado históricamente un “entrelazamiento a menudo difícil de desanudar entre estrategia colectiva (relacionada con la formación política a la que el candidato representa) y estrategia individual (relacionada al mismo tiempo con rasgos de personalidad del candidato, pero también con sus ambiciones personales)” (Verón, 1998, p. 223). Ese entramado cobra una dimensión especial frente al surgimiento y expansión de discursos políticos digitales.

Asimismo, en las últimas décadas se produjo un pasaje desde una democracia de partidos hacia una de audiencias (Manin, 1998), puesto que se debilitaron los lazos partidarios, se generó un proceso de personalización de la política y hubo una fluctuación en las preferencias de los ciudadanos (Castells, 2009; Cheresky, 2006; Novaro, 1994). La expansión de las redes sociales permitió un nuevo giro hacia la personalización y personalismo de la política. Además, al mismo tiempo que nuevos modos de los discursos de líderes políticos, se generaron nuevas formas de participación ciudadana.

De este modo, se sostiene que el análisis hipermediático del proceso de digitalización de la política —esto es, de la circulación de los discursos políticos en las redes sociales y en los medios masivos— aporta indicios para determinar los cambios en las formas de la democracia.

El objetivo de esta investigación es relevar los rasgos de los discursos de campaña del actual presidente de Argentina, Mauricio Macri, en las redes sociales, desde 2010 —primer año en el que la mayoría de los políticos argentinos crearon cuentas— hasta 2015, año en que ganó las elecciones nacionales. Para ello, se analizaron las discursividades digitales de las cuentas de Macri

en Facebook y Twitter, durante tres períodos: su precandidatura presidencial de fines de 2010, que fue interrumpida; su candidatura a la reelección de la jefatura de Gobierno de la ciudad de Buenos Aires, en 2011; y la campaña presidencial de 2015. Se apunta a detectar variantes e invariantes en los discursos del líder político, teniendo en cuenta el tipo de destinatario que se interpela, el modo de construcción discursiva convergente y las diferencias de cada red social.

La hipótesis que se sostiene es que, por un lado, se produjo una continuidad en las discursividades en las que confluyen lo privado y lo público, durante los períodos electorales de los cinco años. Por otro lado, que surgió una estrategia de interrelación mediática en la campaña de 2015 en Facebook y en Twitter, así como una diferenciación en la interpelación de destinatarios y en la construcción argumentativa de las dos redes sociales.

El artículo se organiza de la siguiente manera: en el próximo apartado se detallan las herramientas metodológicas, los indicadores de análisis y los fundamentos de la investigación. En la tercera sección, se presenta la discusión teórica sobre los cambios contemporáneos en la democracia, producto de la inserción y la circulación de los discursos políticos en las redes sociales. En el cuarto apartado se abordan los rasgos del discurso político mediatizado, y los hallazgos de estudios anteriores sobre las discursividades políticas en Facebook y Twitter. En la quinta sección se realiza un breve relevamiento de los aspectos centrales de las últimas contiendas electorales argentinas, con foco en el posicionamiento de Macri y su partido. En las siguientes secciones, se detallan los resultados del análisis de las discursividades digitales de Macri en las dos redes sociales, en cada uno de los períodos definidos. Por último, se presentan las conclusiones del trabajo.

Herramientas metodológicas

En este trabajo se emplea una metodología de análisis del discurso y sociosemiótica (Verón, 1987a), a través de una investigación comparativa. En este sentido, el análisis se concentra en comparar los discursos políticos de Macri en las redes sociales, en las campañas de 2010, 2011 y 2015. Se incorporan, además, herramientas de la teoría de la circulación hipermediática (Carlón, 2015).

Se concibe a los discursos como configuraciones espacio-temporales de sentido, que tienen un anclaje social y que poseen restricciones en su generación y en su lectura (Verón, 1987a). Si bien la inserción de los discursos políticos en los medios masivos de comunicación ha sido extensamente analizada —y ha estado acompañada de discursos informativos mediadores entre el político y el ciudadano—, la generación de discursos políticos que circulan en los medios digitales y se entremezclan con los de los ciudadanos requiere nuevas propuestas analíticas para su estudio. Se considera entonces que el momento contemporáneo está atravesado por relaciones convergentes y divergentes en el mundo de la política. En este sentido, para indagar en el proceso actual de circulación de lo político, el punto de partida es determinar y describir el discurso de origen (Carlón, 2015) que, en este caso, se concentra en las publicaciones del líder político en las redes sociales.

La unidad de análisis de este trabajo está conformada por las publicaciones en el muro de Facebook y en la cronología de Twitter de Macri, en los períodos de campaña desde 2010 hasta 2015, inclusive. La elección del muro y la cronología responde a que se trata de espacios de actualización permanente dentro de las redes sociales. Por otro lado, el análisis se centra en los períodos previos a las elecciones, puesto que los momentos de campaña concentran la mayor visibilidad de los cuerpos y discursos políticos.

² :: *Media logic* es el término que utilizan los autores anglosajones.

Para el análisis se tiene en cuenta que las redes sociales como Facebook y Twitter son espacios de mixtura entre distintas herramientas digitales y entre distintos medios de comunicación. No obstante, se sostiene que el fenómeno de la convergencia excede el aspecto tecnológico (Carlón, 2012; Jenkins, 2008; Salaverría, 2003). No se trata solo de múltiples medios en una pantalla o plataforma digital, sino que hay lenguajes que interactúan, y emergen nuevos tipos de mediatizaciones y nuevos tipos de sujetos. Este tipo de convergencia no está presente solo en los nuevos medios; también atraviesa el directo televisivo a través de la inserción en pantalla de etiquetas de Twitter o mensajes de Facebook de los internautas.³ La imbricación entre medios digitales y el directo televisivo construye un nuevo tipo de sujeto: el telespectador convergente (Carlón, 2012), que posee prácticas sociales diferenciadas del sujeto telespectador clásico del directo televisivo no ficcional.

Las operaciones de apropiación, intervención y montaje, que provienen del mundo del arte, traspasaron en la posmodernidad a los medios masivos, y en la contemporaneidad se pueden rastrear también en las producciones de los usuarios en los medios con base en Internet (Carlón, 2015). De este modo, en trabajos anteriores (Slimovich, 2016a) se relevó que una de las operaciones más utilizadas desde el inicio de las redes sociales es aquella que consiste en la apropiación de contenidos y lógicas de lo informativo televisivo por parte de los líderes políticos. Por consiguiente, y teniendo en cuenta que se trata de una característica propia de las discursividades políticas digitales, en este trabajo se revelan los modos emergentes específicos y los cambios entre la campaña de Macri de 2010, la de 2011 y la de 2015.

Definición de los períodos electorales

La mayoría de los políticos argentinos abrieron cuentas en Facebook o Twitter entre 2009 y 2010, en sintonía con el resto de los líderes de países latinoamericanos.⁴

En este sentido, el análisis de 2010 y 2011 concentra un momento embrionario del uso de las redes sociales por parte de los políticos. Por el contrario, en la campaña de 2015, Macri llegó a utilizar más redes sociales, como Instagram, Snapchat o YouTube. A efectos de realizar una comparación a lo largo de los cinco años, se decidió restringir el análisis a Facebook y Twitter. Para el estudio comparativo, se delimitaron tres períodos:

- Desde el 1 de octubre de 2010 hasta el 7 de mayo de 2011, día en que Macri renuncia a la candidatura presidencial y se postula a la reelección por la jefatura de Gobierno de Buenos Aires. En estos siete meses, se construye como precandidato presidencial en Facebook y en Twitter.

- Desde el 7 de mayo de 2011 hasta el 31 de julio de 2011, día en que Macri vence en la elección (a través de un balotaje) a Daniel Filmus y resulta reelecto jefe de Gobierno de la ciudad de Buenos Aires. En estos meses, se construye como candidato a la reelección local.

- Desde el 10 de junio de 2015, día en que se presentan las listas para las elecciones primarias y se oficializa su precandidatura presidencial, hasta el 22 de noviembre de 2015, día en que vence en el balotaje a Daniel Scioli y se consagra presidente de Argentina.

A su vez, para capturar las tendencias e invariantes dentro de cada campaña, la muestra del corpus se organizó teniendo en cuenta dos segmentos dentro de los períodos de 2010 y 2011: uno al comienzo y otro al final de cada período. En 2015, como se realizaron tres elecciones, se optó por definir tres segmentos. Por consiguiente, la muestra quedó conformada del siguiente modo:

Primer período de campaña en Facebook

- Fragmento 1: Publicaciones en el muro de la cuenta oficial de Macri en Facebook en la semana del 13 al 20 de noviembre de 2010.
- Fragmento 2: Publicaciones en el muro de la cuenta oficial de Macri en Facebook en la semana del 1 al 7 de abril de 2011

Segundo período de campaña en Facebook y en Twitter

- Fragmento 1: Publicaciones en el muro de la cuenta oficial de Macri en Facebook en la semana del 7 al 14 de mayo de 2011.
- Fragmento 2: Publicaciones en la cronología de la cuenta oficial de Macri en Twitter en la semana del 3 al 10 de julio de 2011.

Tercer período de campaña en Facebook y en Twitter

- Fragmento 1: Publicaciones en el muro de la cuenta oficial de Macri en Facebook en la semana del 20 al 27 de julio de 2015.
- Fragmento 2: Publicaciones en el muro de la cuenta oficial de Macri en Facebook en la semana del 10 al 17 de octubre de 2015.
- Fragmento 3: Publicaciones en la cronología de la cuenta oficial de Macri en Twitter en la semana del 15 al 22 de noviembre de 2015.

Por otro lado, y con el objetivo de realizar el análisis comparativo entre los tres períodos, se clasificaron los contenidos según una serie de indicadores.

Definición de indicadores de análisis

En una primera instancia, se distinguieron las publicaciones según la dimensión temática.⁵ Se diferenciaron las que contenían *motivos temáticos* (Segre, 1985) vinculados a lo público de las que reponían motivos vinculados a lo privado. Para esta diferenciación, se tuvieron en cuenta las múltiples materias significantes puestas en juego: texto lingüístico, fotografía, video, así como las operaciones de articulación entre ellas. De este modo, se consideraron motivos temáticos vinculados a lo público a aquellos que contenían sentidos condensados sobre las actividades de campaña, de gestión, descripciones o relatos sobre la ciudad, el país. Por el contrario, se consideraron motivos relacionados con lo privado a aquellos que referían a la vida íntima y privada del candidato o de los ciudadanos. Por ejemplo, las fotos del candidato con su familia, en su casa.

En una segunda instancia, se diferenciaron las publicaciones según la destinación,⁶ teniendo en cuenta si predominaba la interpelación al *paradestinario* del discurso político, al *prodestinatio* (tanto el simple adherente como el militante de Macri) o al *contradestinario* (el adversario kirchnerista). Estos conceptos de la teoría veroniana (Verón, 1987b) se desarrollan más adelante.

En una tercera instancia, y con el objetivo de determinar los alcances de las operaciones de interrelación mediática en las redes sociales de Macri, se distinguieron las publicaciones que suponían operaciones de apropiación de lógicas y contenidos de otros medios. Se clasificaron en:

- Publicaciones que suponen una operación de apropiación de contenidos provenientes de otras redes sociales y medios digitales. Por ejemplo, la publicación en el muro de Facebook de audios de WhatsApp.

³ En relación con los rasgos temáticos, se sigue la línea de análisis que proviene de la semiótica de los medios, con foco en las "acciones y situaciones según esquemas de representabilidad históricamente elaborados y relacionados, previos al texto" (Steimberg, 1993, p.44).

⁶ Se trata de una dominancia, puesto que hay casos en los que se registra una combinación de interpelaciones a múltiples destinatarios en una sola publicación.

- Publicaciones que suponen una operación de apropiación de contenido televisivo. Por ejemplo, la inclusión de *spots*.
- Publicaciones que suponen una operación de inserción de contenidos audiovisuales no televisivos.⁷ Por ejemplo, la transmisión en simultaneidad con el desarrollo del acto de campaña (*streaming*).

Democracia digital

El proceso de digitalización de la política genera nuevas prácticas y nuevos modos del hacer y decir de la política. En sus estudios en España, Dader (2003) vislumbra una *democracia replicante*, puesto que una parte del público se suma al diálogo político mediante la interpelación que le permiten los nuevos medios. Es decir, se alude a una multiplicación de emisores de contenidos políticos digitales. Por su parte, Beas (2011) analiza la campaña de Barack Obama y afirma que la esfera pública se renueva al incorporar activamente al ciudadano en la vida política a través de plataformas digitales. En este contexto se alude a una co-construcción del *storytelling* político (D'Adamo y García Beaudoux, 2013) por parte de los candidatos y de los ciudadanos.

Asimismo, la política contemporánea está atravesada por nuevas formas de participación ciudadana, que han dado lugar a la *democracia continua* (Cheresky, 2015). El voto no es “como era en el pasado, una cesión de derechos políticos hasta la siguiente disputa electoral”, puesto que cada decisión del gobierno puede desencadenar una “reacción ciudadana virtual” (Cheresky, 2015, p. 23). En este sentido, surgen movimientos ciudadanos —muchas veces ligados al rechazo y al veto— que no siempre siguen caminos ligados a las instituciones políticas, ni tampoco están forzosamente ligados a un sector social. En definitiva, por un lado, hay un ciudadano que en algunos aspectos se *auto-representa* y, por otro, un líder que concentra rasgos de lo colectivo partidario.

En resumen, en el momento contemporáneo la legitimidad de las decisiones de los políticos está en juego de manera permanente. Los discursos en contextos electorales interpelan a distintos sujetos sociopolíticos con diferentes relaciones con las instituciones políticas: los que protestan sin dirigirse a ningún interlocutor determinado —como los indignados españoles o los caceroleros de 2012 en Argentina—; los movimientos de rechazo con efectos específicos en el sistema representativo —como los que generaron las protestas en Túnez o el movimiento mexicano #YoSoy132—; y los sujetos asamblearios con inserción en el sistema institucional, como el cacerolazo en Islandia en 2008 (Cheresky, 2015).

Por consiguiente, el sujeto contemporáneo es sociopolítico, pero a la vez también es un sujeto mediático (Carlón, 2015). En estas formas de participación ciudadana, los nuevos medios ocupan un rol central. No obstante, los medios masivos de comunicación —con sus lógicas, dispositivos y operaciones sociales de producción de sentido—, así como las relaciones entre ambos sistemas mediáticos, son aspectos muy importantes en su constitución histórica.

Política contemporánea

Antes de avanzar en el análisis, resulta sustancial relevar aspectos centrales del discurso político histórico y de su mediatización, así como aquellos rasgos que se han determinado como específicos de los discursos políticos digitales en períodos de campaña (Slimovich, 2012, 2014, 2016b).

En su trabajo *La palabra adversativa*, Verón (1987b) sostiene que el discurso político posee una triple destinación. De este modo, la enunciación política es inseparable de la construcción de un adversario, puesto que siempre supone una réplica a otras discursividades, que pueden o no ser reales. La relación entre el enunciador y el destinatario negativo es la de la *inversión de la creencia*: “lo que es

verdadero para el enunciador es falso para el destinatario, e inversamente” (p. 4). A este sujeto excluido del colectivo de identificación lo denomina contradestinatario. Al mismo tiempo, el enunciador político entra en relación con un destinatario positivo, a través del modo de *creencia presupuesta*, dado que se trata de un sujeto que “participa de las mismas ideas, que adhiere a los mismos valores y persigue los mismos objetivos que el enunciador” (p. 4). A este sujeto partidario lo llama prodestinatario. Por último, el autor sostiene que en las democracias occidentales siempre se construye un tercer tipo de destinatario, el sujeto que está “fuera del juego” puesto que no está convencido: es el paradestinatario. La relación entre las posiciones enunciativas es la de la “suspensión de la creencia” (p. 5).

Por su parte, desde la filosofía política, Mouffe (2007) sostiene que las cuestiones políticas implican siempre decisiones que requieren una opción entre *alternativas en conflicto*. En sintonía con la posición de Verón, el adversario constituye una categoría crucial, porque no se constituye política a través del consenso racional ni de la reconciliación de los distintos sectores en pugna. Desde esta perspectiva, si bien las identidades colectivas siempre implican una discriminación entre *nosotros* y *ellos* —y movilizan una dimensión afectiva— es importante crear los espacios (institucionales) y generar las prácticas para que se active la confrontación democrática y el vínculo no sea antagónico.

Para esta investigación, y como se adelantó en la sección metodológica, se analiza entonces el modo de interpelación a los distintos tipos de destinatarios en los discursos políticos digitales de Macri. Se busca determinar si existen mutaciones entre las primeras elecciones argentinas que tuvieron discursos de campaña en redes sociales y las de 2015, en las que Macri fue electo presidente de la nación. Del mismo modo, siguiendo el planteo de Mouffe, se analiza la construcción de canales institucionales para el disenso en las cuentas de Twitter y Facebook en los cinco años relevados.

En trabajos anteriores (Slimovich, 2012, 2014, 2016b) se hizo referencia a que las discursividades de los políticos argentinos en Twitter y Facebook —en la etapa embrionaria de su utilización en campañas electorales (2010-2011)— tienden a configurar *microargumentaciones* lógicas y *microargumentaciones pasionales*, que son *pildorizadas*⁸ y *multimediatas*.⁹ Por otro lado, así como el discurso político cuando aparece en los medios masivos está en interfaz con el discurso informativo (Verón, 2001), en las redes sociales se constituye en interfaz con el informativo televisivo y con las lógicas de los medios masivos (Slimovich, 2012, 2016a, 2016b). En este trabajo se busca relevar entonces cómo emergen esos modos de construcción de las discursividades políticas en las publicaciones de Facebook y Twitter de Macri en períodos embrionarios del uso de redes y en la campaña presidencial de 2015.

Por último, es importante centrarse en los entrecruzamientos entre lo público y lo privado en el corpus de análisis. Lo público, lo privado y lo íntimo se han manifestado de modos particulares en las eras modernas y posmodernas (Carlón, 2014). En la era contemporánea, como consecuencia de los cambios en las condiciones de circulación discursiva, así como en las condiciones de emisión y de enunciación de los discursos políticos (Slimovich, 2016a, 2016b), la imbricación entre lo privado y lo público adquiere una nueva dimensión (Carlón, 2014). Se abordan entonces las discursividades políticas en Facebook y Twitter con especial atención a esta dimensión, con el fin de relevar los alcances en los discursos de campaña de Macri.

Un desvío en el camino a la presidencia

El partido Propuesta Republicana (PRO) fue fundado en 2002 alrededor de la figura de Mauricio Macri, y reclutó dirigentes de la derecha argentina, de los partidos mayoritarios (el peronismo y el radicalismo) y también de la sociedad civil (empresas, ONG y *think tank*; Vommaro y Morresi, 2014).

8:: La expresión refiere a que su sentido se encuentra condensado.

9:: Tienden a construirse en la interrelación de distintos medios: tanto masivos como redes sociales.

7:: En un trabajo anterior, se denominaron contenidos audiovisuales no televisivos (Slimovich, 2016a) a las publicaciones de las redes sociales que contienen videos que no fueron transmitidos por la televisión. Se trata tanto de transmisiones en simultaneidad como de videos específicamente realizados para las redes sociales.

10:: La alianza Cambiemos, encabezada por Mauricio Macri como candidato a presidente y Gabriela Michetti como vicepresidente, se impuso por el 51,34 % de los votos a la alianza Frente para la Victoria, encabezada por Daniel Scioli como presidente y Carlos Alberto Zanini como vicepresidente (Dirección Nacional Electoral, 2015).

11:: Con la elección de Macri como presidente de Argentina, el 22 de noviembre de 2015, sus cuentas en las redes sociales fueron modificadas.

12:: En un trabajo anterior (Slimovich, 2016b) se comprobó la ausencia de referencias a lo íntimo en las redes sociales de los candidatos presidenciales de la elección de 2011.

Desde el inicio, las presentaciones públicas del PRO estuvieron muy cuidadas, tanto para la difusión hacia los medios como para los micropúblicos y las reuniones partidarias (Vommaro, Morresi y Belloti, 2015). Asimismo, el partido se caracterizó por el uso de la publicidad y las redes sociales. Desde fines del siglo XX se hizo habitual en Argentina que los políticos recurrieran, en tiempos de campaña, a especialistas en opinión pública y personalidades ligadas a la publicidad. En ese sentido, el discurso del PRO estuvo especialmente marcado por los discursos del *marketing*, y su líder de estrategia, Jaime Durán Barba, cobró protagonismo en momentos electorales claves.

En 2007, Macri se consagró por primera vez como jefe de Gobierno de la ciudad de Buenos Aires. Entre fines de 2010 y principios de 2011, se constituyó como precandidato presidencial en actos, discursos y redes sociales, pero el 7 de mayo de 2011 anunció que renunciaba a la candidatura por la presidencia y que se presentaría a la reelección por la jefatura de la Ciudad de Buenos Aires.

Macri obtuvo en primera vuelta el 47 % de los votos, y en el balotaje del 31 de julio de 2011 recibió el 64,3 % frente al 37,5 % del candidato kirchnerista Daniel Filmus. “Desde 2011, se ha hecho fuerte en otros distritos de la Argentina, en lo que podría calificarse como un movimiento centrifugo (del centro político del país hacia el resto del territorio nacional)” (Vommaro y Morresi, 2014, p. 376).

Luego de ocho años a cargo de la capital del país —y habiéndose posicionado como principal opositor del gobierno nacional de Cristina Fernández de Kirchner—, Macri es elegido presidente de la Argentina, en su primera presentación como candidato con la alianza Cambiemos.¹⁰

El Facebook de Macri en 2010: el comienzo del camino digital

Durante el período de su precandidatura presidencial, a fines de 2010, Mauricio Macri recibe al internauta en su perfil de Facebook riéndose tímidamente.¹¹ La leyenda “Mauricio 2011” cristaliza su intención presidencial y, a la vez, su intento de varios años por despegarse del apellido Macri, ligado a la lógica empresarial por la actividad de su padre, Franco Macri. En el muro de Facebook aparecen fotos y videos de actos del gobierno de Macri en la ciudad autónoma de Buenos Aires, cartas a la presidenta Cristina Fernández de Kirchner, enlaces y videos de conferencias de prensa del jefe de Gobierno, a la vez que datos y fotos de su casamiento en 2010, y referencias al embarazo de su mujer en 2011.

Las referencias al casamiento y al embarazo de su esposa *humanizan* al candidato y gobernante, en una tendencia que parece ser característica de las democracias contemporáneas (Cheresky y Annunziata, 2012). Es desde su biografía que Macri narra una historia atractiva (*storytelling*) —al igual que Barack Obama en su campaña presidencial de 2008— en contraposición con los candidatos argentinos de 2011.¹² Se registran retazos de lo íntimo y un entramado discursivo con componentes biográficos y cotidianos desde el inicio en las redes sociales de Macri (Tabla 1).

En su muro también se evidencia un uso de la plataforma que alterna entre actos de gobierno, como la asunción de nuevos efectivos de la policía, con actividades de campaña, como un encuentro nacional de su partido en vistas a las elecciones nacionales de 2011. Este tipo de discursos se combinan con cartas y notas a raíz de un conflicto político con sectores que ocuparon un parque en la ciudad, así como con saludos por las fiestas navideñas y mensajes que piden por el diálogo y la no agresión.

Tabla 1: Cantidad de publicaciones en Facebook en el primer período de campaña electoral en las redes sociales de Mauricio Macri

| Publicaciones del primer período en Facebook | Fragmento 1 Del 13 al 20 de noviembre de 2010 | Fragmento 2 Del 1 al 7 de abril de 2011 |
|--|---|---|
| Publicaciones con motivos temáticos vinculados a lo público | 14 | 18 |
| Publicaciones con motivos temáticos vinculados a lo privado | 8 | 1 |
| Discursos en los que predomina el prodestinatario | 9 | 7 |
| Discursos en los que predomina el paradestinatario | 13 | 11 |
| Discursos en los que predomina el contradestinatario | 0 | 1 |
| Publicaciones que suponen una operación de apropiación de contenidos provenientes de otras redes sociales y medios digitales | 0 | 3 |
| Publicaciones que suponen una operación de apropiación de contenido televisivo | 0 | 0 |
| Publicaciones que suponen una operación de inserción de contenidos audiovisuales no televisivos | 0 | 0 |

Fuente: Elaboración propia (2017).

El análisis de las publicaciones desde octubre de 2010 hasta mayo de 2011 —cuando anuncia que abandona la candidatura presidencial— permite apreciar una *teatralización de la vida privada* (Slimovich, 2012). Este concepto refiere a una puesta en escena de la subjetividad en su muro de Facebook, un proceso que subraya su rol como *hombre mundano*: integrante de una familia, padre, esposo. Por otro lado, y como se evidencia en el análisis, hay reminiscencias y enlaces que dan cuenta del rol de Macri como precandidato presidencial y también como líder máximo de la ciudad capital del país.

En resumen, se puede determinar, por un lado, que en sus discursividades digitales la vida privada y la pública se entremezclan. Estas nuevas formas de mediatización de lo íntimo están en línea con el redimensionamiento de lo público y lo privado propio de las sociedades hipermediatizadas (Carlón, 2015). Por otro lado, se aprecia una *propuesta enunciativa partida*.

En trabajos anteriores (Slimovich, 2010, 2012) se hizo referencia a la estrategia enunciativa del PRO como una posición que se construye como *conciliadora apolítica*, puesto que supone que, si existiera una diferencia de intereses entre los sectores, esta sería

susceptible de ser resuelta a través del diálogo y el consenso. Al mismo tiempo, se configura una *gobernanza conflictiva*, puesto que aparecen múltiples referencias al adversario político kirchnerista. En estos discursos de Macri en Facebook, en el período en el que aspiraba a ser presidente, se registra la misma construcción enunciativa del candidato/gobernante.

La renuncia a la candidatura presidencial: un cambio de rumbo electoral (2011)

La inesperada muerte del expresidente Néstor Kirchner, el 27 de octubre de 2010, constituyó uno de los acontecimientos políticos más importantes de Argentina. Este hecho desorganizó el espacio político: por un lado, el Frente para la Victoria se quedó sin uno de sus líderes principales y, por otro, la oposición perdió el objetivo en el que se centraban los ataques al kirchnerismo. El acontecimiento generó que miles de personas se dirigieran a su velorio público de modo espontáneo y manifestaran su apoyo a la presidenta Cristina Fernández de Kirchner. La transmisión por televisión del dolor de la presidenta y su familia, y de los miles de visitantes, generó una ruptura de escala de un acontecimiento que suele estar reservado a lo íntimo (Verón, 2011).



Capturas de pantalla de Facebook y Twitter

El 21 de junio de 2011, Fernández de Kirchner confirmó en una cadena nacional que sería candidata a la reelección. El 7 de mayo de 2011, frente a la alta intención de voto que ya poseía Fernández de Kirchner, Macri anunció en un acto que desistía de la candidatura y que se presentaría a la reelección por la jefatura de la Ciudad de Buenos Aires. La publicación en Facebook contiene una foto del acto y cita el discurso del líder político en el que justifica su decisión electoral (ver imagen 1; Macri, 2011a). El álbum que contiene la foto del acto se titula “Vos sos bienvenido”, de modo homólogo al evento y a la fórmula eslogan que venía caracterizando la campaña del PRO en la ciudad de Buenos Aires.

Durante los días previos a la elección de la jefatura de Gobierno, en 2011, la cronología de Twitter de la cuenta oficial de Macri se caracterizó por anuncios de compromisos de campaña, referencias a actos de gobierno en la ciudad (como la inauguración de un paso a nivel), la presentación de candidatos a legisladores, la información sobre temas de agenda mediática (como la transmisión de la Copa América) y anuncios de la presencia del candidato en televisión.

Se evidencia entonces una mixtura entre la *fórmula eslogan, los globos y la buena onda* (Vommaro et al., 2015), y el relato de gestión. Por ejemplo, una publicación que anuncia la reacción de los vecinos de

la ciudad frente a la instalación del Metrobus (ver imagen 2; Macri, 2011c) convive con la felicidad por el embarazo de su mujer (ver imagen 3; Macri, 2011b). De este modo, también se aprecia una mixtura temática: si bien hay un amplio predominio de los motivos temáticos vinculados a lo público, también hay retazos de lo personal (Tabla 2).

No obstante, en Twitter se registra una marca enunciativa del cambio de emisor del discurso. En los casos en los que aparecen motivos temáticos que refieren a la vida privada del gobernante —como la “felicidad virgen” frente al embarazo de su mujer, la plenitud personal, el amor de la familia— el que asume la palabra es el administrador. En el tuit del 7 de julio de 2011, que hace referencia a la felicidad del gobernante frente al embarazo de su esposa Juliana Awada (imagen 3; Macri, 2011b), aparece el indicativo —a través de la “^A”— de que no era él quien había publicado ese mensaje, sino un administrador. Al final, se agrega el programa televisivo en el que estaba el líder político en ese momento, y en el que había pronunciado esas palabras: *Posdata*.¹³

Entonces, cuando el candidato se encuentra en una entrevista en la televisión o en la radio, les avisa a sus seguidores que no es él quien tuitea, sino una persona autorizada que usa comillas, incluye una ^A al final de la publicación y, en algunos casos, agrega el lugar explícito

¹³ Programa televisivo de la señal argentina de cable C5N, conducido por el periodista Oscar González Oro.

Tabla 2: Cantidad de publicaciones en Facebook y en Twitter en el segundo período de campaña electoral en las redes sociales de Mauricio Macri

| Publicaciones del segundo período en Facebook y en Twitter | Fragmento 1 7 al 14 de mayo de 2011 en Facebook | Fragmento 2 3 al 10 de julio de 2011 en Twitter |
|--|--|--|
| Publicaciones con motivos temáticos vinculados a lo público | 85 | 168 |
| Publicaciones con motivos temáticos vinculados a lo privado | 4 | 7 |
| Discursos en los que predomina el prodestinatario | 20 | 46 |
| Discursos en los que predomina el paradestinatario | 68 | 116 |
| Discursos en los que predomina el contradestinatario | 1 | 13 |
| Publicaciones que suponen una operación de apropiación de contenidos provenientes de otras redes sociales y medios digitales | 5 | 6 |
| Publicaciones que suponen una operación de apropiación de contenido televisivo | 0 | 5 |
| Publicaciones que suponen una operación de inserción de contenidos audiovisuales no televisivos | 1 | 1 |

Fuente: Elaboración propia (2017)

de emisión (el programa, canal).¹⁴ De este modo, se citan frases que están siendo pronunciadas por el político y reproducidas en los medios masivos en ese momento (Slimovich, 2014). Se hace explícito que no está tuiteando Macri, pero que se trata de sus enunciados. Esta estrategia genera transparencia en la situación de comunicación, puesto que refuerza que, en los otros casos, es efectivamente el líder político quien produce el mensaje.

Por otro lado, la inclusión de la figura del administrador le brinda a la cuenta de Twitter de Macri una apertura temática y una ampliación en la destinación. En este período de campaña, solamente cuando enuncia el administrador, se interpela al contradestinatario kirchnerista, se construye un conflicto con él y se arma un campo político dicotómico: kirchnerismo vs. macrismo. Esta distinción en los temas de los tuits con administrador y los que enuncia Macri también da cuenta de un cambio de agenda: la que maneja cuando asiste a entrevistas en los medios masivos (donde tiende a construir un adversario y ampliar el abanico de motivos temáticos) y la que se registra en los tuits que poseen su marca personal (los que no tienen incorporada la figura del administrador).

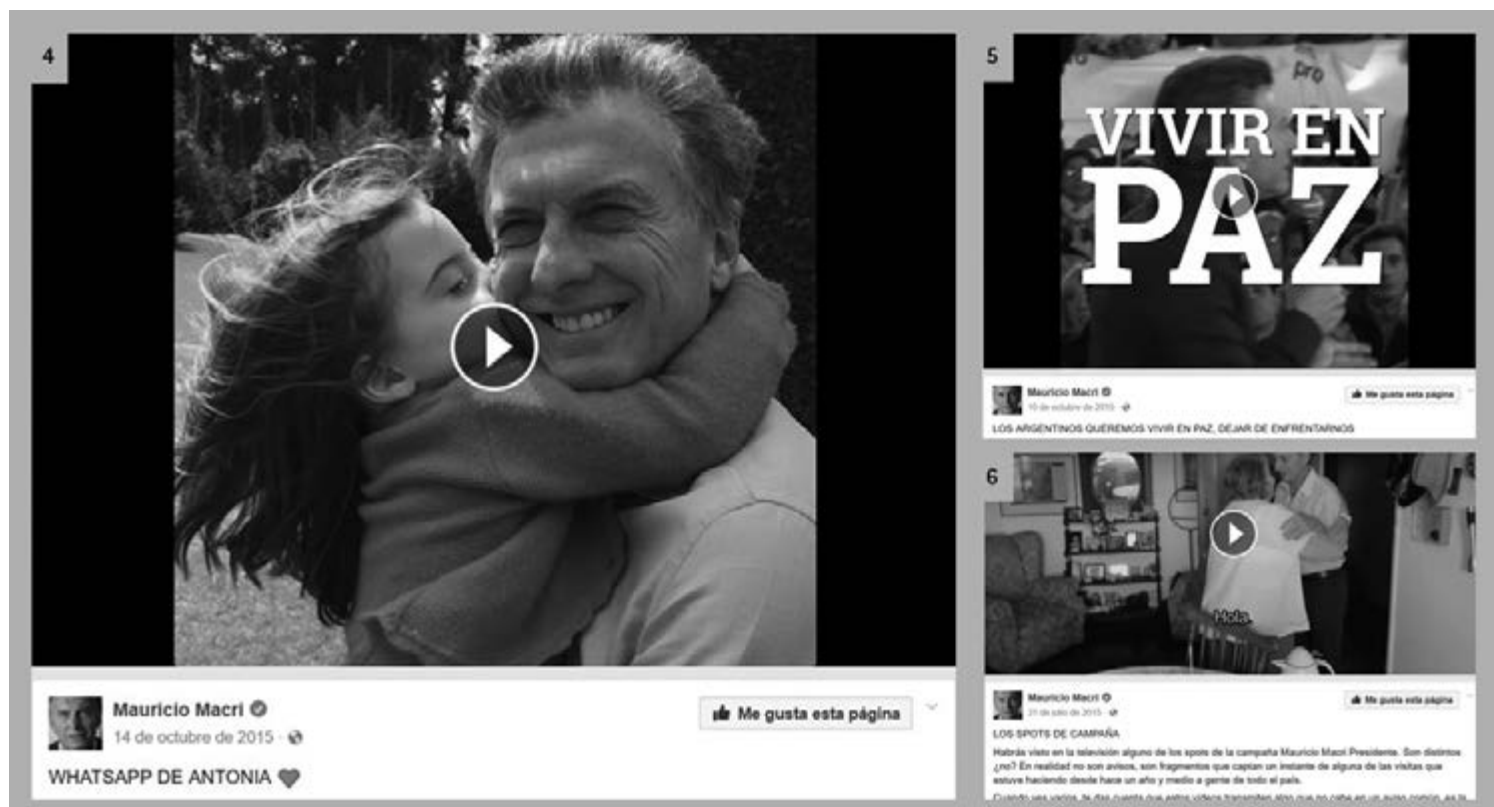
Es importante precisar que el componente lúdico y pasional está presente en el discurso electoral en las redes sociales de Mauricio Macri en su campaña de 2011: se apunta a la provocación de emociones en los internautas,

tales como la conmoción frente al embarazo de la mujer. Sin embargo, aparece imbricado con aquellos fragmentos discursivos orientados a otro tipo de configuraciones.

Se evidencia, en este período, la construcción enunciativa de una *militancia distendida*. Se configura un nosotros que reúne a Macri, a los políticos de su partido y a los vecinos de la ciudad. Retomando el análisis realizado en función de la dimensión de la triple destinación del discurso político (Verón, 1987b); se puede determinar que el discurso de campaña digital interpela de modo predominante, por un lado, al prodestinatario, en tanto *voluntario* (Vommaro et al., 2015) y en tanto *militante descontracturado* (Slimovich, 2012). Por otro lado, interpela al paradestinatario, al ciudadano que no ha tomado partido en la elección aún, al que intenta convencer de que la ciudad de Buenos Aires seguirá en el camino correcto si Macri continúa en el gobierno. El contradestinatario solo aparece cuando toma la palabra el administrador y reproduce frases de Macri en los medios masivos.

Una primera conclusión del análisis y la comparación entre los dos primeros períodos relevados, y entre las dos redes sociales, es que en las publicaciones de Facebook y en los tuits de Macri se evidencian mixturas entre lo público y lo privado; así como entre relatos de actos de gobierno y aquellos ligados de manera

¹⁴ Díaz y Graziani (2012) se refieren a la distinción entre la voz del jefe de Gobierno y de sus colaboradores en Twitter durante la campaña de 2011.



Capturas de pantalla de Facebook

más o menos directa a la campaña. De este modo, se puede afirmar que se trata de rasgos propios de su campaña digital y no son específicos de una red social ni de su tipo de candidatura.

En definitiva, el discurso digital macrista en períodos de campaña se caracteriza por una dominancia de la construcción de la política como mera gestión, por la marginación de la *figura del adversario*, por la inserción de motivos temáticos vinculados a *lo biográfico* y a *lo íntimo*, todos rasgos que alejan su discurso del tipo político y lo acercan al *publicitario*. Así, este tipo de discursividades digitales no generan *canales agonistas para las voces en disenso* (Mouffe, 2007).

La recta final electoral: campaña presidencial de 2015

El período de la campaña presidencial de 2015 fue uno de los más extensos en la historia argentina, puesto que se desarrollaron tres elecciones obligatorias: las primarias (el 9 de agosto), las generales (el

25 de octubre) y el balotaje (el 22 de noviembre). De las discursividades políticas puestas en juego durante esos tres meses se desprende una diferenciación entre el uso de Facebook y de Twitter.

El muro convergente: emociones y familia

En el período previo a la campaña presidencial se registran publicaciones sobre la vida familiar e íntima del candidato en el muro de Facebook. Por ejemplo, el 14 de octubre de 2015 se publica un archivo de audio en el que Antonia, la hija de Macri, le expresa su amor. El mensaje del candidato es descriptivo y se titula “WhatsApp de Antonia”, acompañado por un corazón (ver imagen 4; Macri, 2015c).

También hay publicaciones que apuntan a modos de país deseados, vinculados a una sociedad sin conflictos, en clara consonancia con la estrategia enunciativa de la *conciliación apolítica* que caracterizó en un primer momento a la campaña digital de Macri. Se trata de la idea de que las divisiones pueden ser resueltas a través del diálogo. Por esta razón, aparecen fragmentos de *spots* publicitarios,

| Publicaciones del tercer período en Facebook y en Twitter | Fragmento 1 20 al 27 de julio de 2015 en Facebook | Fragmento 2 10 al 17 de octubre de 2015 en Facebook | Fragmento 3 15 al 22 de noviembre de 2015 en Twitter |
|--|---|---|--|
| Publicaciones con motivos temáticos vinculados a lo público | 18 | 21 | 65 |
| Publicaciones con motivos temáticos vinculados a lo privado | 6 | 2 | 2 |
| Discursos en los que predomina el prodestinatario | 13 | 7 | 10 |
| Discursos en los que predomina el paradestinatario | 8 | 11 | 39 |
| Discursos en los que predomina el contradestinatario | 3 | 5 | 18 |
| Publicaciones que suponen una operación de apropiación de contenidos provenientes de otras redes sociales y medios digitales | 4 | 3 | 13 |
| Publicaciones que suponen una operación de apropiación de contenido televisivo | 5 | 6 | 2 |
| Publicaciones que suponen una operación de inserción de contenidos audiovisuales no televisivos | 2 | 1 | 1 |

Fuente: Elaboración propia (2017)

como un video publicado el 10 de octubre de 2015 (ver imagen 5; Macri, 2015b) en el que se retoma el deseo del candidato de que exista una reconciliación nacional y que se terminen los enfrentamientos.

Se interpela a un adversario —los anteriores gobiernos de Néstor Kirchner y Cristina Fernández de Kirchner, y sus seguidores— que no quiere “conversar”. En contraposición, el macrismo sí podría contener el disenso y ser gobierno, y esa es la propuesta: la disolución de los conflictos. De este modo, el contradestinatario es construido como un sujeto colectivo irracional que, por tal razón, se encuentra fuera del campo de la política. De esta manera, si bien se interpela al contradestinatario, aunque en menor medida en relación a los otros dos tipos de destinatarios (Tabla 3), desde el muro de Facebook se disuelve la posibilidad de generar un canal para la *agonística* (Mouffe, 2007).

En el segmento previo a la campaña presidencial, entonces, se evidencia en el muro de Facebook una reposición del entramado discursivo que combina la vida privada

e íntima del candidato con la vida pública, rasgo que había sido característico de los dos períodos anteriores. Al mismo tiempo, se registra una tendencia hacia interpelaciones a los seguidores macristas mediante recursos que apelan a las emociones, como los videos y audios de Antonia Macri, así como las fotos que pertenecen al álbum familiar.

Por otro lado, se registra una operación de articulación entre lo televisivo y el espacio privado de los ciudadanos. Una de las estrategias de campaña de Macri en 2015 se conoció como el “timbreo”. El 9 de mayo de 2015, tres meses antes de las elecciones primarias, el candidato lanzó “el primer timbreo nacional del PRO”. Esta actividad consistía en acercarse “aleatoriamente” a casas de ciudadanos desconocidos de todo el país, para conversar cara a cara con ellos, adentro de su hogar, y filmar el encuentro. Al mismo tiempo, se difundieron *spots* publicitarios televisivos que contenían fragmentos de estas visitas. En el muro de Facebook se produce, a su vez, un proceso de apropiación del *spot* publicitario,



Captura de pantalla de Facebook

con el agregado de las palabras del líder político, que relata el encuentro en primera persona. La apropiación de lo televisivo y la enunciación en primera persona conjugan así un relato político convergente anclado en el vecino (ver imagen 6; Macri, 2015a).

Por último, en los días anteriores a las tres elecciones de 2015 se registra una operación intermediática que invita a los internautas-ciudadanos a participar del cierre de campaña, mediante la publicación de una foto en Facebook, Twitter o Instagram con la leyenda “Yo lo voto”. Se trata de una interpelación al *internauta militante* a participar en las redes en simultaneidad temporal con las actividades del político en el acto de cierre de campaña (ver imagen 7; Macri, 2015d).

Twitter: las argumentaciones lógicas pildorizadas y multimediáticas

Del análisis de las publicaciones en Twitter, durante los tres meses de la campaña de 2015, se desprende

una orientación hacia la argumentación que diferencia esas discursividades políticas de las de Facebook. Aparecen aquí argumentaciones lógicas en forma de brevedades que atraviesan distintos medios en la cronología: *microargumentaciones lógicas multimediáticas* (Slimovich, 2012, 2014, 2016b) que apuntan a convencer a los ciudadanos indecisos de que Macri es la mejor opción para la presidencia argentina. La tendencia es la construcción de *microentimemas pildorizados* (Slimovich, 2012, 2014, 2016b) que cierran su sentido de modo intertextual y convergente, y que se basan en comparar la actuación del candidato como jefe de Gobierno de la ciudad de Buenos Aires con lo que haría en caso de ser electo presidente.

Por ejemplo, en un tuit del 17 de noviembre de 2015 se replica una frase pronunciada por el líder político en el noticiero televisivo *Telenoche* (ver imagen 8; Macri, 2015e). Esto marca una clara continuidad con la línea impuesta desde el principio de su campaña digital, de segmentar el tipo de emisión de



Capturas de pantalla de Twitter

sus discursos (los mensajes de Macri y los de sus asesores-administradores) y el tipo de medio (si es un mensaje propio de la red social o si proviene de los medios masivos).

Del mismo modo, se apuesta a la conformación del *ethos* del partido (Cambiemos), que es construido como un partido que sí puede dialogar, y la prueba sería su gestión en la ciudad capital (de modo específico, la resolución del conflicto docente). La conclusión elidida es que si su fuerza política pudo lograr el consenso pacífico en la ciudad, también lo va a lograr en la nación si Macri es elegido presidente. Es decir, lejos de las posturas apocalípticas que aluden a un exclusivo predominio de lo pasional que imposibilita la argumentación (Slimovich, 2016b), del análisis de las discursividades políticas digitales se desprende que desde Twitter sí se brindan pruebas argumentativas, *pildorizadas* de sentido, sobre la capacidad de gestión del candidato, para convencer a los ciudadanos sin opción electoral.

Por otro lado, se registra una interpelación al contradestinatario y se polemiza con él. Se configura como adversario electoral al kirchnerismo como bloque. Se alude a que su contrincante en el balotaje, Daniel Scioli, sería tan parecido al gobierno de Cristina Fernández de Kirchner que implicaría una “reelección indefinida”. Este entimema se completa con discursos que circularon en los medios masivos en años anteriores, acerca de la posibilidad de una reforma constitucional que le diera a Fernández de Kirchner la posibilidad de ser candidata en 2015, luego de dos mandatos (algo que finalmente no sucedió). El entimema repone esos motivos temáticos y también el argumento de que una continuidad sería algo nocivo para el país (ver imagen 9; Macri, 2015f).

Se concluye que en Twitter se despliega toda la fuerza de la persuasión para el paradestinatario, y se argumenta también en contra del adversario kirchnerista, principal opositor en las dos primeras elecciones (primarias y generales) y único en el balotaje del 22 de noviembre. Por el contrario, el prodestinatario es el menos convocado en las publicaciones de Twitter de este período (ver Tabla 3).

Conclusiones

A lo largo de este trabajo puede apreciarse que en las publicaciones digitales de Macri en los tres períodos de campaña (2010, 2011 y 2015) se expone la subjetividad del líder político, en línea con los rasgos de la época. No obstante, es importante remarcar que se observan características que son específicas del uso de las redes sociales por parte del candidato en los distintos períodos.

Por un lado, las discursividades que revelan aspectos de lo íntimo, y que ubican a Macri en el lugar de *hombre común*, se entremezclan con aquellas que atienden a aspectos vinculados a lo público, como las referidas a la gestión del candidato como jefe de Gobierno de la ciudad de Buenos Aires en los dos primeros períodos analizados (2010 y 2011). Por consiguiente, una de las características de las discursividades digitales de Macri es la mixtura entre lo privado y lo público en los primeros dos períodos, tanto en Twitter como en Facebook.

Por otro lado, en la campaña de 2015, que culminó con la elección de Macri como presidente, se desarrolla una estrategia de diferenciación por red social. Mientras que el muro de Facebook aparecen, además de asuntos públicos, aspectos de la vida íntima y privada del candidato —a través de la descripción en primera persona de aspectos de la vida cotidiana y del hogar, fotos familiares y videos o audios en los que miembros de su familia le demuestran afecto y le dan su aliento—, Twitter concentra las discursividades argumentativas lógicas, más enfocadas en lo público.

Además, en el muro de Facebook en 2015 se incorpora el “relato convergente del vecino”, que no solo supone operaciones de apropiación de lo televisivo, sino también modos de imbricación entre Facebook,

los *spots* televisivos y la acción del candidato en el espacio privado de los ciudadanos (“el timbreo”). De este modo, en las discursividades en Facebook se incluye un proceso de subrayado de la vida privada, no solo del candidato sino también del ciudadano.

Asimismo, es sustancial resaltar algunos de los hallazgos con relación a los cambios en la destinación en las discursividades. En los meses de fines de 2010 y comienzo de 2011, en los que Macri se constituyó como precandidato presidencial, se registra una interpelación al prodestinatario —a través de relatos de la vida íntima del candidato y de operaciones de refuerzo de visibilidad de su gestión en la ciudad capital— y, en menor medida, una configuración de una lucha con el adversario kirchnerista y sus ideas políticas.

En el período en el que Macri configuró su campaña de reelección en la ciudad de Buenos Aires (2011), tanto en Facebook como en Twitter los discursos se dirigen de modo predominante al adherente al político. No obstante, no solo se trata del seguidor, sino que también se interpela a un sujeto que milita por el partido y por el candidato; se trata de una figura que proviene de las ONG y de las fundaciones, y se acerca al *voluntario* (Vommaro et al., 2015) o a un *militante descontracturado* (Slimovich, 2012), puesto que no está atravesado por los condicionamientos y rivalidades del mundo de la política. Por último, el adversario solo emerge a través de la enunciación del administrador en Twitter.

Con respecto a la campaña presidencial de 2015, en Facebook se aprecia que, si bien aparecen modos discursivos de enfrentamiento con el adversario kirchnerista —construido como aquel que había estado antes en el gobierno nacional, y sus adherentes más radicales—, se apela a constituir un adversario irracional

(por consiguiente, ilegítimo) y se diluye así el canal necesario para el disenso político (Mouffe, 2007). No obstante, no ocurre lo mismo en Twitter: aquí aparecen discursos argumentativos *pildorizados* y *multimediativos* que construyen un campo político dicotómico (nosotros/ellos). En definitiva, desde los tuits de Macri se configura un mismo espacio simbólico en el cual se desarrolla el conflicto político con el otro negativo y se generan formas de identificación colectiva. En cuanto a los otros dos destinatarios del discurso político, se genera una estrategia de segmentación: en Facebook se apela a los seguidores del macrismo a través de recursos que apelan a las emociones, mientras que en Twitter se interpela al indeciso electoral y se brindan pruebas argumentativas.

Párrafo aparte merece la cuestión de las operaciones de apropiación de lo televisivo y la interrelación mediática de las discursividades digitales. En la campaña de 2015, se expande la interrelación mediática que había sido característica de la etapa de 2010 y 2011. Se incorporan modos de convergencia entre las discursividades de las redes sociales, los contenidos de la televisión y las conversaciones del candidato en el espacio privado de los ciudadanos, a través de la difusión de actividades de campaña, como “el timbreo”, en el muro de Facebook. Se registra así una construcción de un relato político del *hombre común* —sus problemas en el barrio, su percepción del país, sus deseos a futuro para el hogar— que es acompañado por una enunciación del líder político en primera persona.

Asimismo, se evidencian modos de interpelación a la comunidad de militantes macristas en simultáneo con la presencia del político en las redes. Es decir, por un lado, hay un centro en la subjetividad del candidato presidencial, por otro, en el ciudadano, y al mismo

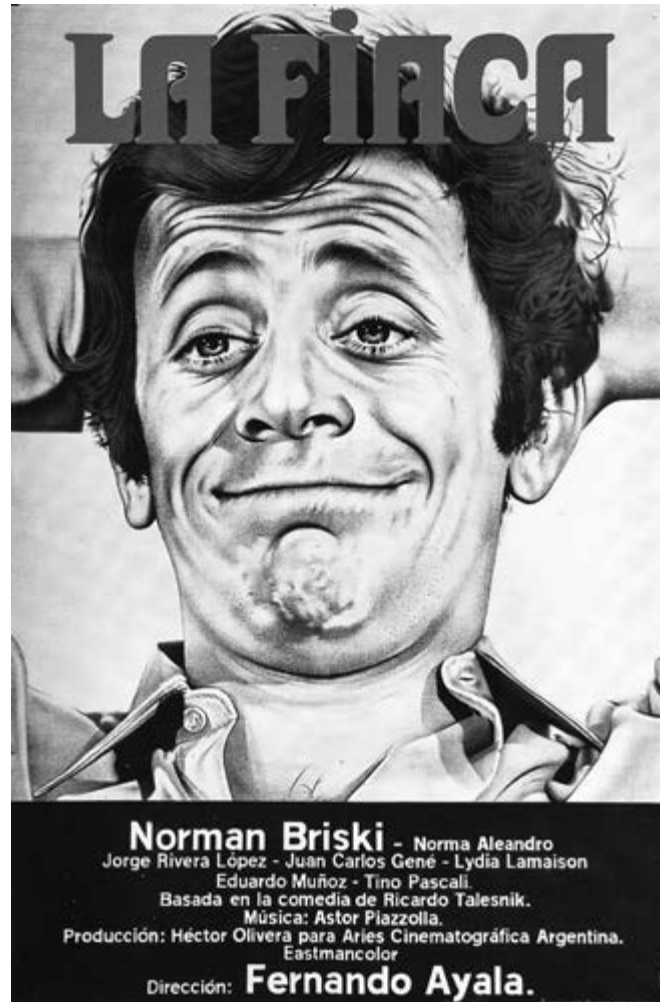
tiempo se propone una interpelación al internauta-militante para que participe de las actividades de campaña y muestre su adhesión, en concomitancia con el desarrollo de estas, compartiendo la foto del candidato o poniendo “me gusta”.

En definitiva, en su camino digital hacia la presidencia, Macri comenzó en 2010 apelando a las emociones de los internautas desde su muro en Facebook o su cronología en Twitter, y generando relatos sobre su campaña y su gestión en la ciudad. Continuó esa misma línea cuando abandonó la pelea por la presidencia y pasó a ser candidato a la reelección en la ciudad de Buenos Aires en 2011. Y, finalmente, en la campaña que lo consagró presidente de la Argentina en 2015, concluyó ese camino complejizando la destinación y el vínculo con el adversario político, apelando a la intervención de los internautas militantes y exponiendo tanto su subjetividad y vida privada —a través de múltiples materias significantes— como la del ciudadano, sin dejar de interpelar al indeciso electoral con argumentaciones multimediáticas y operaciones de apropiación de lo televisivo.

Referencias

- Beas, D. (2011). *La reinención de la política. Internet y la nueva esfera pública*. Buenos Aires, Argentina: Planeta.
- Carlón, M. (2012). En el ojo de la convergencia. Los discursos de los usuarios de Facebook durante la transmisión televisiva de la votación de la ley de matrimonio igualitario. En M. Carlón y A. Fausto Neto (Comps.), *Las políticas de los internautas. Nuevas formas de participación* (pp. 173-194). Buenos Aires, Argentina: La Crujía.
- Carlón, M. (2014). ¿Del arte contemporáneo a una era contemporánea? En M.C. Reviglio y F. Rovetto (Comps.), *CIM. Estado actual de las investigaciones sobre mediatizaciones* (pp. 24-41). Rosario, Argentina: UNR Editora. Recuperado de <http://www.cim.unr.edu.ar/archivos/cuadernodelcim2.pdf>

- Carlón, M. (2015). Público, privado e íntimo: el caso Chicas bondi y el conflicto entre derecho a la imagen y libertad de expresión en la circulación contemporánea. En P. César Castro (Org.), *Dicotomía público/privado: estamos no caminho certo?* (pp. 211-232). Maceió, Brasil: EDUFA.
- Carlón, M. (2016). Las nociones de la teoría de la mediatización, revisitadas en el nuevo contexto teórico y discursivo contemporáneo. En A. Torres y M. Pérez Balbi (Comps.), *Visuabilidad y dispositivo(s): arte y técnica desde una perspectiva cultural* (pp. 13-24). Los Polvorines, Argentina: Universidad Nacional de General Sarmiento.
- Carlón, M., y Scolari, C. (Eds.). (2009). *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate*. Buenos Aires, Argentina: La Crujía.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid, España: Alianza Editorial.
- Cheresky, I. (Comp.). (2006). *La política después de los partidos*. Buenos Aires, Argentina: Prometeo.
- Cheresky, I. (2015). *El nuevo rostro de la democracia*. Buenos Aires, Argentina: Fondo de Cultura Económica.
- Cheresky, I., y Annunziata, R. (2012). Introducción: Los desafíos de la democracia argentina. La primera presidencia de Cristina Kirchner. En I. Cheresky y R. Annunziata, R. (Comps.), *Sin programa, sin promesa. Liderazgos y procesos electorales en Argentina* (pp. 13-42). Buenos Aires, Argentina: Prometeo.
- D'Adamo, O., y García Beaudoux, V. (2013). Storytelling y comunicación política: el valor de un relato bien contado. En I. Crespo y J. Del Rey, (Eds.), *Comunicación política y campañas electorales en América Latina* (pp. 55-68). Buenos Aires, Argentina: Biblos.
- Dader, J. (2003). Ciberdemocracia y comunicación política virtual: el futuro de la ciudadanía electrónica tras la era de la televisión. En S. Berrocal (Coord.), *Comunicación política en televisión y nuevos medios* (pp. 309-342). Barcelona, España: Ariel.
- Díaz, P., y Graziani, P. (2012). *Comunicación política en 140 caracteres. Las nuevas modalidades discursivas en Twitter durante la campaña electoral de Mauricio Macri y Daniel Filmus (Julio 2011)* (Tesis de grado inédita). Universidad de Buenos Aires, Argentina.
- Dirección Nacional Electoral. (2015). *Segunda vuelta presidencial*. Recuperado de http://www.elecciones.gob.ar/articulo_princ.php?secc=2&sub_secc=57
- García Beaudoux, V., D'Adamo, O. y Slavinsky, G. (2005). *Comunicación política y campañas electorales. Estrategias en elecciones presidenciales*. Barcelona, España: Gedisa.
- Hjarvard, S. (2014). *A midiatizacao da cultura e da sociedade*. San Leopoldo, Brasil: Unisinos.
- Hjarvard, S. (2016). Mediatización: reencuadrando el análisis de los efectos de los medios. *Inmediaciones de la Comunicación*, 11, 33-56. Recuperado de <https://revistas.ort.edu.uy/inmediaciones-de-la-comunicacion/article/view/2615/2600>
- Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. (Pablo Hermida Lazzano, Trad.). Barcelona, España: Paidós.
- Macri, M. [Mauricio]. (7 de mayo de 2011a). El líder de PRO, Mauricio Macri, sostuvo que su objetivo "es ser un instrumento correcto de unidad nacional" al anunciar esta tarde que buscará la reelección como jefe de Gobierno de la ciudad de Buenos Aires. "Quería decirles que luego... [Actualización del estado en Facebook]. Recuperado de <http://www.facebook.com/mauriciomacri>
- Macri, M. [mauriciomacri]. (7 de julio de 2011b). "Veo la panza de Juliana y es maravilloso. Siento que con Antonia vuelve a ser la primera vez" ^A #Posdata [Tuit]. Recuperado de <http://twitter.com/mauriciomacri/status/89143150249132033>
- Macri, M. [mauriciomacri]. (7 de julio de 2011c). Vengo d Villareal, los vecinos muy contentos c el Metrobus y la reparación integral de la JB Justo. Gcias Gladys por recibirme en tu casa [Tuit]. Recuperado de <http://twitter.com/mauriciomacri/status/89103671656325121>
- Macri, M. [Mauricio]. (21 de julio de 2015a). Los spots de campaña [Actualización del estado en Facebook]. Recuperado de <http://www.facebook.com/mauriciomacri/videos/10153524373173478/>
- Macri, M. [Mauricio]. (10 de octubre de 2015b). Los argentinos queremos vivir en paz, dejar de enfrentarnos [Actualización del estado en Facebook]. Recuperado de <http://www.facebook.com/mauriciomacri/videos/10153712129663478/>
- Macri, M. [Mauricio]. (14 de octubre de 2015c). WhatsApp de Antonia [Actualización del estado en Facebook]. Recuperado de <http://www.facebook.com/mauriciomacri/videos/10153721129188478/>
- Macri, M. [Mauricio]. (22 de octubre de 2015d). Llegó el día. Pasó la voz! [Actualización del estado en Facebook]. Recuperado de <http://m.facebook.com/mauriciomacri/photos/a.10151920169243478.1073741826.55432788477/10153735108028478>
- Macri, M. [mauriciomacri]. (17 de noviembre de 2015e). En la ciudad logramos que no haya paros dialogando con los docentes #MacrienTelenoche #Cambiemos [Tuit]. Recuperado de <http://twitter.com/mauriciomacri/status/666764373348720640>
- Macri, M. [mauriciomacri]. (17 de noviembre de 2015f). Los gobiernos se tienen que renovar. Las reelecciones indefinidas no son buenas #MacrienTelenoche #Cambiemos [Tuit]. Recuperado de <http://twitter.com/mauriciomacri/status/666766394923552768>
- Manin, B. (1998). *Los principios del gobierno representativo*. Madrid, España: Alianza.
- Mouffe, C. (2007). *En torno a lo político*. Buenos Aires, Argentina: Fondo de Cultura Económica.
- Novaro, M. (1994). *Pilotos de tormenta: crisis de representación y personalización de la política en la Argentina (1989-1993)*. Buenos Aires, Argentina: Letra Buena.
- Salaverría, R. (2003). Convergencia de los medios. *Chasqui*, 81, 32-39.
- Schulz, W. (2014). Mediatization and New Media. En F. Esser y J. Strömbäck (Eds.), *Mediatization of Politics. Understanding the Transformation of Western Democracies* (pp. 57-73). Nueva York, NY: Palgrave Macmillan.
- Segre, C. (1985). *Principios de análisis del texto literario*. Barcelona, España: Crítica.
- Slimovich, A. (2012). El Facebook de los gobernantes. El caso de Cristina Fernández de Kirchner y de Mauricio Macri. En M. Carlón y A. Fausto Neto (Comps.), *Las políticas de los internautas. Nuevas formas de participación* (pp. 137-154). Buenos Aires, Argentina: La Crujía.
- Slimovich, A. (2014). El discurso macrista en Twitter: un análisis sobre la campaña para la reelección del jefe de gobierno de Buenos Aires. *Revista de Estudios Políticos y Estratégicos*, 2(1), 8-27. Recuperado de http://revistaepe.blogutem.cl/files/2014/07/03_Rev_estudios_politicos_estrategicos_vol2_n1_2014_Ana_S_Discurso_Macrista_8-27.pdf
- Slimovich, A. (2016a). La digitalización de la política y la vuelta de lo televisivo. El caso de los candidatos argentinos en Facebook. *Revista de Comunicación*, 15, 111-127. Recuperado de http://udep.edu.pe/comunicacion/rcom/pdf/2016/6_Art111-127.pdf
- Slimovich, A. (2016b). Política y redes sociales en Argentina. El caso de los candidatos presidenciales de 2011 en Twitter. *Signo y Pensamiento*, 35(68), 86-100. doi:10.1177/0539018405058216
- Steimberg, O. (1993). *Semiótica de los medios masivos*. Buenos Aires, Argentina: Atuel.
- Verón, E. (1987a). *La semiosis social*. Barcelona, España: Gedisa.
- Verón, E. (1987b). *La palabra adversativa, Observaciones sobre la enunciación política. En El discurso político. Lenguajes y acontecimientos*. Buenos Aires, Argentina: Hachette.
- Verón, E. (1998). Mediatización de lo político. Estrategias, actores y construcción de los colectivos. En G. Gauthier, A. Gosselin y J. Mouchon (Comps.), *Comunicación y Política* (pp. 220-236). Barcelona, España: Gedisa.
- Verón, E. (2001). *El cuerpo de las imágenes*. Buenos Aires, Argentina: Norma.
- Verón, E. (2007). Semiótica como sociosemiótica. Entrevista a cura di Carlos Scolari. En C. Scolari y P. Bertetti (Eds.), *Mediamérica. Semiótica e analisi dei media a America Latina* (pp. 28-36). Torino, Italia: Cartman Edizioni.
- Verón, E. (2011). *Papeles en el tiempo*. Buenos Aires, Argentina: Paidós.
- Vommaro, G., y Morresi, S. (2014). Unidos y diversificados: la construcción del partido PRO en la CABA. *Revista SAAP*, 8(2), 375-417. Recuperado de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1853-19702014000200002&lng=es&tlng=es.
- Vommaro, G. Morresi, S. y Belloti, A. (2015). *Mundo PRO. Un partido fabricado para ganar*. Buenos Aires, Argentina: Planeta.



Un teatro y un cine para el gran público. Accesibilidad y síntesis estilística en la versión fílmica de *La fiaca* (Fernando Ayala, 1969)

*Theater and Cinema for the general public. Accessibility and stylistic synthesis
in the film version of La fiaca (Fernando Ayala, 1969)*

<http://dx.doi.org/10.22235/d.v0i26.1324>

Jorge Sala

RESUMEN

El artículo se propone analizar la traslación fílmica, dirigida por Fernando Ayala, de la obra teatral *La fiaca*, escrita por Ricardo Talesnik. Se busca construir un recorrido doble: por un lado, el estudio de las coincidencias entre los proyectos creativos del director y el dramaturgo, y la importancia de los factores económicos que incidieron en algunas de las elecciones estéticas. Por otro lado —y a partir de una metodología de análisis comparado sobre las estrategias de puesta en escena teatrales y cinematográficas— el trabajo pretende trazar los rasgos singulares que el filme establece con relación a la obra original y con otras producciones de la década del sesenta. Como eje articulador entre ambos aspectos se indaga el rol que cumplió la noción de accesibilidad como mecanismo que permitió ampliar la repercusión masiva de la película. Este mayor alcance se basó fundamentalmente en la recuperación del actor protagonista de la pieza original: Norman Briski.

Palabras clave: cine argentino, transposición, factores económicos, accesibilidad, años sesenta

ABSTRACT

The article aims to analyze the film directed by Fernando Ayala based on the play *La fiaca* by Ricardo Talesnik. It seeks to build a double bind: First, studying the coincidences between the creative projects of the director and the playwright and the importance of the economic factors that influenced some of the aesthetic choices. Second, based on a methodology of comparative analysis on staging strategies, both theatrical and cinematographic, the work goals to trace the unique features that this film establishes in relation to the play and other productions of the sixties. As an articulating axis between both aspects, an inquiry is made around the role fulfilled by the notion of accessibility as a fundamental mechanism that made possible an amplification of the massive repercussion of the proposal, based fundamentally on the recovery of the protagonist Norman Briski.

Keywords: Argentinean cinema, adaptation, economic factors, accessibility, sixties

Introducción

Tras el golpe militar que desplazó a Juan Domingo Perón de su segunda presidencia en 1955, se abrió un proceso de transformaciones que afectó prácticamente a todos los ámbitos de la producción cultural argentina. En lo referido al cine, el colapso de los grandes estudios cinematográficos y la progresiva disolución del modelo clásico-industrial de producción funcionaron como fenómenos internos entrelazados de forma invariable con la conflictividad que se vivía en el espectro político y artístico en general.

En el marco de esta época, que puso en evidencia una abierta crisis de la hegemonía (Gramsci, 1930/1981), se consolidaron las trayectorias de dos realizadores que prefiguraron, con sus películas y declaraciones, la renovación cinematográfica de la década siguiente. Leopoldo Torre Nilsson y Fernando Ayala fueron los fundadores de esta modernización, como señalara el entonces crítico Tomás Eloy Martínez (1961): “entendidas como punto de partida para un cine argentino distinto, sus obras parecen implicar, así no solo un cambio sino también una profecía” (p. 14).

En cierto modo antitéticos, ambos realizadores encarnaron los rumbos venideros. Torre Nilsson optó por la autoconciencia narrativa hacia un cine de arte e intelectual, por la visibilidad internacional de sus producciones, con una clara predilección por el realismo subjetivo. Mientras tanto, Ayala tendió a privilegiar lo testimonial (aun cuando apeló a unas alegorías para remitirse al contexto), a prestar atención a los aspectos comerciales —sin renunciar entender al cine como arte industrial— y, por ende, a supeditar los intereses autorales en beneficio de la ampliación de los potenciales espectadores de sus películas.

Aunque a primera vista el cine moderno que ellos iniciaron pareció inclinarse hacia el lado de Torre Nilsson, no es menos cierto que Ayala también cumplió un papel fundamental dentro de este proceso. Como el propio director recordaría con humor años más tarde: “dicen que Torre Nilsson fue el padre de la Generación del 60; me conformo con que digan que soy el tío” (citado en España, 2005, p. 109).

Jorge Sala
Consejo Nacional de
Investigaciones Científicas
y Técnicas. Universidad
de Buenos Aires, Buenos
Aires, Argentina
jorgesala82@hotmail.com

Recepción: 20/02/2017
Aceptación: 05/05/2017

El 6 de marzo de 1969, Ayala estrenó la traslación a la gran pantalla de la obra teatral *La fiaca*, de Ricardo Talesnik, dada a conocer dos años antes. Como una obra tardía dentro del cine moderno, esta versión se recorta como una síntesis de las búsquedas emprendidas por ambos miembros de aquella familia cinematográfica de los sesenta.

La pieza presenta la historia de Néstor Vignale, empleado modelo de la empresa Fiagroplast que, un día, sin otra excusa que padecer de *fiaca* (pereza frente a una tarea), decide no ir a trabajar. Lo inexplicable de su conducta genera toda una serie de desencuentros en su entorno familiar y laboral. Apelando al tono humorístico, Talesnik muestra los avatares de una rebelión individual que, a medida que se desarrollan las acciones, va encerrando al protagonista hasta derrotarlo.

La película optó simultáneamente por la reflexión y el entretenimiento, materializando así una voluntad de construcción artística personal sumada al deseo de captación del gran público, así como la primacía de la subjetividad mixturada con el testimonio del entorno. Lo hizo apelando a un texto comprometido no solamente por su tema, cercano al universo del espectador medio, sino también por el empleo de procedimientos basados en la “desfamiliarización que hace que un hecho cotidiano automatizado por la rutina se vuelva extraño, y por consiguiente susceptible a cuestionamientos” (Miller, 2014, p. 678). El filme condensó, además, varias de las elecciones estéticas y narrativas de las que se valió tradicionalmente el cine local de la época al momento de adaptar una obra teatral. El presente trabajo busca estudiar este proceso de reescritura.

Metodología

Debido a que se trata de un caso singular —tanto por las cuestiones inmanentes propuestas, pero también por el sentido comercial basado en el conocimiento previo de los espectadores sobre la exitosa obra teatral— el

análisis debe atender los aspectos textuales así como las condiciones externas que acompañaron el proceso de su confección y difusión.

Optar por un estudio semiótico-comparativo entre la obra fuente y su reelaboración, sin considerar al público como un factor dinamizador o a los elementos coyunturales que incidieron en el proceso, impedirá ver de qué manera varias de las decisiones estéticas de la película estuvieron motivadas por el propósito de alcanzar a grandes sectores que operó desde siempre como sello identitario de la producción de Ayala. Colocar el foco en ciertos factores económicos puestos en juego en el proceso evitará caer en un error común, tal como apunta María Eugenia Mudrovcic (2010):

Negar el efecto que el dinero trae al juego de intercambios simbólicos, pretendiendo actuar como si lo económico configurara una dimensión o una lógica ajena, externa a la lógica que rige la cultura, y a la que solo es posible aludir si se la disfrazaba, o se la eufemiza” (p. 14).

Si este es un problema crucial dentro de la literatura latinoamericana, tema sobre el que enfocan las reflexiones de Mudrovcic, lo es todavía más en una práctica industrial y bastante más costosa como lo es la de cualquier emprendimiento cinematográfico. La amalgama sólida entre las contribuciones artísticas y las miras puestas en el impacto en la platea que tuvo *La fiaca* deben, por tanto, ser consideradas de forma complementaria para comprender algunas decisiones escénicas y de producción que acompañaron el trasvase de la obra del escenario a la pantalla.

En este sentido, el artículo se organiza sobre tres ejes: en primer lugar, se observa la cercanía de los proyectos creativos del autor de la pieza original (Talesnik) con el horizonte postulado por el cineasta. Contrastar algunas declaraciones permitirá comprobar cómo la existencia

de afinidades electivas ayudó a que su encuentro fuera productivo. Asimismo, recobrando las discusiones entre el *cine de expresión* frente al *cine de entretenimiento*, así como las posturas de Leopoldo Torre Nilsson y Fernando Ayala, se buscará reconstruir una genealogía de los debates de los años cincuenta y sesenta que tienen un claro eco dentro de la formulación artística de *La fiaca*.

En segundo lugar, se plantea la importancia de la accesibilidad (entendida como alcance) propia del medio cinematográfico. En tanto arte de masas, el cine llega con comodidad a un número de potenciales espectadores mayor que cualquier experiencia teatral. En la facultad de tornar asequible el espectáculo radica una de las razones de su trasvase y, al mismo tiempo, aparecen indicios sobre las razones de la repercusión que tuvo el filme. El análisis de esta cuestión permitirá comprender algunas elecciones formales, originadas en el interés por ensanchar el número de receptores.

En tercer lugar, se presenta un estudio interno de la película con relación a la pieza original, para demostrar de qué manera dichas elecciones articulan una síntesis de las opciones estéticas y narrativas desarrolladas por el cine moderno argentino de los sesenta toda vez que este se valió de puestas teatrales contemporáneas. En este sentido, la película constituye una suerte de destilado quintaesencial de las prácticas cinematográficas de la época.

En *La fiaca*, la tendencia a la desteatralización de las formulaciones de partida se da la mano con su vertiente antagónica: la sobreatralización. A partir de esta interacción dinámica entre estrategias enfrentadas, los mecanismos de la puesta en escena adoptan características particulares. A su vez, el relato propone también una tensión entre el encierro teatral que domina los tramos iniciales de la película y la apertura de los espacios, la circulación y el vagabundeo que predominan en la segunda parte. Por último, al realismo de las

situaciones, a su costumbrismo interesado en retomar un dilema típico de la clase media urbana de ese momento, se le adhiere un afianzamiento de lo artificioso que obtiene sus puntos más altos de efervescencia en el desmontaje sistemático de algunos temas a través de procedimientos cinematográficos y en la actuación rocambolesca de Norman Briski, protagonista tanto de la película como de la obra teatral.

De todo lo anterior se desprende cuál será la perspectiva metodológica aplicada en este estudio. El examen inmanente sobre la intertextualidad (Barthes, 1974; Kristeva, 1978) será complementado con un enfoque atento a las condiciones de producción de dicha relación. En tal sentido, la teoría de los polisistemas de Patrick Cattrysse (1992) permite abordar el objeto de manera interrelacionada, tanto desde lo textual como desde su dimensión pragmática. José Antonio Pérez Bowie (2003), siguiendo esta línea, resume la necesidad de “plantear las cuestiones que conciernen a la adaptación en su contexto de llegada y, por otro, debe examinarse cuáles son los mecanismos sistemáticos que han determinado el proceso transformacional de la adaptación” (p.15).

La tensión entre lo comercial y la emergencia del cine de autor

En los primeros párrafos que Tomás Eloy Martínez (1961) dedica al estudio de la obra de Ayala y Torre Nilsson en tanto que iniciadores del camino de la modernización en Argentina, aparece una caracterización que resume los intereses del primero de estos nombres:

Su limitación más grave es el cuidado que pone para equilibrar dentro de cada film los factores industriales y artísticos, y si bien desde 1958 —cuando comienza a ser su propio productor— esa preocupación se vuelve menos explícita, hay muchas declaraciones suyas en los 3 años previos que inducen a ver en ella un rasgo importante de su temperamento (p. 15).

En su condición de crítico interesado en los rasgos innovadores que empezaban a transformar el panorama del cine argentino, Martínez conjuga en su comentario las dos líneas en pugna al interior de la crisis de la hegemonía mencionada al principio. Torre Nilsson definió al viejo esquema de producción en decadencia como *cine de espectáculo*, opuesto a la corriente emergente, de la que él mismo formaba parte, denominada *cine de expresión*. En palabras de David Oubiña:

En el primero el director se limita a ordenar los elementos del rodaje como parte de una maquinaria industrial que lo excede mientras que, en el segundo, participa de todas las etapas de la realización y el film se convierte en una obra de creación personal (Oubiña, 2016, p. 350).

Martínez, situado claramente dentro de uno de los bandos en pugna, considera problemático este doble interés, como si se tratara de dos realidades imposibles de conciliar. Sin embargo, su definición precoz reconoce no solo el proyecto creativo del cineasta, sino también el de Aries, la productora que fundó en 1958 junto a Héctor Olivera. Bajo un aforismo atribuido a René Clair: “el mejor cine posible para la mayor cantidad posible de espectadores” (citado en Rapallo, 1993, p. 6)”, Aries en general y Ayala en particular construyeron un camino en el cual podían coexistir pacíficamente un intelectual como David Viñas –en la escritura de los guiones de las primeras obras que dio a conocer la firma¹– con comedias livianas o películas dedicadas a explotar la figura de actores reconocidos como Luis Sandrini.

El debate que gravita alrededor de la diferencia entre la opción por el espectáculo o por la expresión se vincula al papel de los directores entendidos como autores, y al cine en su condición de arte. En un artículo originalmente publicado en 1959, Torre Nilsson desarrolla sus ideas sobre esta cuestión, en las que conjuga una

variante personal de la teoría del autor que significó un parteaguas dentro de la modernización filmica de la posguerra:

Es evidente que la posición más recomendable para aquel que quiera crear dentro del cine es la del director, pero también es cierto que pueden existir directores artesanos y directores creadores, aun cuando dudo que de los primeros quede historia alguna (Torre Nilsson, 1985, p. 54).

Esta toma de posición implica una clara estrategia de subversión, de *herejía* (Bourdieu, 1992) contra el modelo industrial previo basado, según esta mirada, en el predominio de obras rodadas por cineastas eficaces que subsumían su labor a los emprendimientos de los grandes estudios que los contrataban. Como indica Raymond Williams (1994), en estos casos “la producción para el mercado implica la concepción de la obra de arte como una mercancía, y la del artista, por más que él se defina de otra forma, como una clase particular de productor de mercancías” (p. 41).

Frente a esta situación, Torre Nilsson denunciaba en 1952, en un texto sintomáticamente titulado *El cine que enfurece a las multitudes*, a aquellos que tratan

de convertir al cine en una píldora digestiva al gusto que no es siquiera el de una auténtica ambición popular dictaminada por algunos sujetos que andan entristeciendo al cine del mundo con la misma eficacia con que podían habernos envenenado fabricando embutidos; pero con un terrible agravante: mientras la venta de embutido en estado de descomposición está penada por la ley, la fabricación de películas letales no encuentra oposiciones de ninguna índole, contando con el inconsciente apoyo de las multitudes y el aplauso crítico de los que las sugieren como necesarias (Reproducido en Torre Nilsson, 1985, p. 25).

La virulencia de los términos empleados da cuenta, por un lado, del carácter subversivo que adquiere la distinción entre la adscripción hacia la preminencia del espectáculo –asociada a la búsqueda de un rédito comercial– y el camino de la expresión, afianzado en la idea de construcción personal (autoral). Por otro lado, estos campos semánticos presuponen un escenario que, en palabras de Antonio Gramsci (1930/1981), puede definirse como una encrucijada crítica en la que “lo viejo muere y lo nuevo no acaba de nacer” (p. 37). Un momento de crisis, pero también de clara expansión en el que, como apunta Williams (1994), los productores artísticos buscan definir posiciones o, en sus palabras, “intentos posteriores de definición entre formas ‘comerciales’ y otras formas (‘creativas’, ‘auténticas’) de la misma práctica manifiesta” (p. 47).

Teniendo en cuenta estos aspectos, pueden comprenderse mejor las críticas recibidas por el proyecto artístico-económico de Fernando Ayala, en el marco de un cine que pretendió dejar atrás las perspectivas industriales para abrazar la emergencia de una modernización autoral vernácula.

Las afinidades electivas

En sus primeros años como director, Ayala logró conectar su voluntad de construir un cine de llegada masiva con relatos que no renegaban del valor de la novedad en los temas y del trabajo sobre la puesta en escena filmica.² Sin embargo, en la segunda mitad de los sesenta, se consolidó su inclinación hacia el cine de espectáculo. *La fiaca* vendría a ocupar una posición equidistante en este panorama, como síntesis dialéctica que reunió ambos términos, es decir, la valoración artística conjugada con el reaseguro que implicaba valerse de un suceso comercial para multiplicarlo.

Desde su estreno en el Teatro del Sur, en Buenos Aires, el 29 de setiembre de 1967, la obra de Ricardo Talesnik se convirtió en un enorme éxito que acaparó la atención del

público en su paso por la cartelera porteña. Dos semanas antes, la obra había inaugurado su trayectoria pública en Santiago de Chile, con un elenco independiente bajo la dirección de Jaime Celedón. La versión porteña fue dirigida por Carlos Gorostiza y contó con un reparto encabezado por Norman Briski. La repercusión que la obra alcanzó en Argentina, más aún tomando en cuenta que se trataba de un autor prácticamente desconocido, condujo a que Aries decidiera no solamente comprar los derechos de la obra sino contratar a Talesnik como guionista.³

En una entrevista concedida a la revista española *Primer Acto*, con motivo del arribo de su texto a los escenarios madrileños, Talesnik postulaba una serie de ideas que conforman el núcleo de su pensamiento sobre las especificidades de *La fiaca* con relación al teatro argentino producido en ese momento. El texto, recogido en Dubatti (1989), brinda algunas pistas para comprender el pensamiento del autor al intentar reflexionar sobre el carácter innovador de su propuesta dentro del magma teatral circundante. Siguiendo esta premisa, comienza afirmando:

Me preocupa el hombre como ser social, el hombre en su relación con el medio y con los otros hombres. Ahora bien, gran parte de los principales problemas de la clase media ya han sido llevados a la escena mediante procedimientos ‘naturalistas’ (citado en Dubatti, 1989, p. 159).

Refiriéndose luego al absurdo y a las líneas de crueldad inspiradas en los trabajos “del Living Theatre, del Action Theatre y de los otros ‘Theatre’” (p. 159), Talesnik concluye:

Respeto estas tentativas a nivel de experimentación, pero opino que no producen resultados coherentes, orgánicos. *Destinadas a un público muy especial, se encuentran muy lejos, según mi criterio, del camino para acceder a un teatro “para mucha gente”.*

2:: El ejemplo más logrado en este sentido fue *Paula cautiva* (1963), un filme que significó, asimismo, la manifestación del encuentro más cercano entre la estética de Ayala y la de Torre Nilsson. Basada en el cuento “La representación”, de Beatriz Guido –guionista y pareja de Torre Nilson–, *Paula cautiva* reunía la denuncia del presente, propia de Ayala, con el examen de una clase dominante en decadencia, cercana al universo de la dupla de creadores de filmes como *La casa del ángel* (1957) y *La mano en la trampa* (1961).

3:: *La fiaca* de Ayala generó, a su vez, un filme en episodios, construido con algunas coincidencias con la anterior y protagonizado por Briski –*La guita*, (Ayala, 1970)–, y una secuela espuria –*¡Yo también tengo fiaca!* (Cohen Salaberry, 1978). Asimismo, la popularidad de Norman Briski en la pantalla se tradujo en otros trabajos gestados dentro del mismo sello productor, en los que el actor tuvo libertad para desatar su reconocida y aplaudida veta histriónica: *Psexoanálisis* (1968) y *Los neuróticos* (1971), ambas dirigidas por Héctor Olivera.

1:: *El jefe* (1958), *El candidato* (1959).

De modo que yo, enfrentado a la necesidad de expresar teatralmente un tema que me interesa, siento que la realidad debe ser mi punto de partida; pero la llegada será un punto X, un punto donde se opera una síntesis entre los elementos realistas (contenido, personaje, lenguaje) y el enfoque aportado por mi visión particular y teniendo en cuenta siempre que *el teatro es, ante todo (aquí me animo a pontificar) espectáculo* (citado en Dubatti, 1989, p. 159; cursivas añadidas).

Por su parte, Fernando Ayala dejaba traslucir su inclinación por un cine antintelectual cuando sostenía, refiriéndose a las películas de principios de los sesenta: “estoy en desacuerdo con ese cine que alguna vez se hizo en el país, demasiado intelectual, en clave, del que por suerte nos hemos apartado” (citado en Rapallo, 1993, p. 37). Entre el deseo de edificar películas para “la mayor cantidad posible de espectadores” y la intención de Talesnik de formular “un teatro para mucha gente”, los proyectos creativos de ambos artistas encontraron un punto de confluencia productivo que se inició con la versión filmica de *La fiaca*.

Más en profundidad, la postura defendida tanto por el autor como por el director estuvo asociada a cómo abandonar las marcas del realismo behaviorista —visiblemente agotadas a finales de la década del sesenta— para conseguir unos espectáculos que, sin dejar de testimoniar algunos temas caros al universo referencial inmediato, hallaran otros mecanismos de enunciación diferentes al de la captación de trozos de vida. El resultado partió, en ambos casos, de una desnaturalización de situaciones cotidianas, banales, puestas en cuestión a través de una eficaz mixtura entre lo subjetivo y lo metarreflexivo, disfrazado bajo aspectos lúdicos. Bajo la creencia compartida en el papel central que el humor debía jugar dentro del proceso, se buscó acercar al mayor número de espectadores.

En todo caso, la consecuencia de este encuentro fue la ampliación de los efectos buscados por ambas partes: a partir de esta película, Talesnik inició una prolífica carrera como guionista cinematográfico; Ayala, a su vez, recondujo, aunque puntualmente, su carrera como director hacia cierto compromiso por expresar la inmediatez, al valerse de una obra que conjugaba en partes iguales las cualidades artísticas de su factura con unas perspectivas comerciales ya probadas en su paso por los escenarios.

En un sentido más amplio, *La fiaca* implicó para su autor —prácticamente un desconocido, que había alcanzado notoriedad en el teatro— la instalación definitiva en el campo artístico y la consecuente profesionalización. Y para Aries significó la apertura al terreno de la distribución⁴, además de su ya probada trayectoria como firma productora. Al iniciarse en este rubro, la empresa creció hacia otras zonas de la economía cinematográfica, y pasó a encargarse de la comercialización de películas de cineastas argentinos (Juan José Jusid, María Herminia Avellaneda, Luis Puenzo) y de títulos internacionales, algunos de los cuales alcanzaron amplia resonancia.⁵

Sin lugar a dudas, el espaldarazo recíproco que supuso esta alianza estuvo amparado en la existencia de una perspectiva común acerca de la propia práctica. Este sustrato podría ser definido como una creencia compartida en los valores del *espectáculo* en su doble acepción: tanto la que servía a los cineastas modernizadores de los sesenta para vilipendiar los productos comerciales —bajo el mote de “cine de espectáculo”—, y que Ayala defendió, como aquella que para Talesnik aparecía en su citada declaración sobre la idea de entretenimiento. En el horizonte de ambos creadores, las apuestas encaminadas a obtener un acercamiento masivo a los espectadores fue un factor esencial. Y el cine, por sus propias particularidades técnicas, ayudó a alcanzar esta meta conjunta y multiplicarla de forma exponencial.

El cine, un arte asequible

La traslación a la pantalla de *La fiaca* debe entenderse como una operación en la cual la *accesibilidad* es uno de sus fundamentos centrales. El suceso de la puesta teatral se hallaba restringido —como sucede con toda experiencia escénica concreta— a un único espacio y tiempo. Podían montarse versiones de la pieza —como de hecho se hicieron, sobre todo gracias a la rápida difusión del texto dramático—, pero estas poseían diferencias con aquella que había alcanzado notoriedad. Esta situación se tornaba algo paradójica: mientras se engrosaba el público potencial, a través de la difusión de la pieza, de las críticas favorables o de otros mecanismos de promoción, la obra se encontraba limitada para expandir su campo de acción, algo que solamente lograría el cine.

Según Anxo Abuín González (2012), “desde el punto de vista de los estudios culturales, el concepto de *accesibilidad* es fundamental para delimitar algunas opciones en los procesos de adaptación filmica” (p. 66). Si bien este autor analiza los casos en los que algunos textos dramáticos de Shakespeare fueron reelaborados filmicamente con vistas a ser consumidos (digeridos) por el gran público, a partir de una simplificación o actualización de sus contenidos, también es necesario tomar en cuenta el modo en que lo específicamente escénico incide dentro de las decisiones de un director cinematográfico al momento de fijar estos elementos mediante la captación de la cámara y su manipulación posterior a través del montaje.

Si bien el teatro tiene como rasgos característicos la copresencia y la simultaneidad entre espectáculo y espectador —que determinan la cualidad no expansible de este arte—, el cine se caracteriza, por el contrario, por su posibilidad de multiplicación. En esta capacidad propagadora reside lo que aquí se denomina *accesibilidad*. No se trata solo de una transformación técnica —determinante, por otra parte, para que la onda expansiva de una película alcance lugares recónditos con mayor facilidad que una puesta teatral—; su capacidad de difusión también se vincula

con el propio lugar del medio, entendido como arte de masas, frente a una disciplina como el teatro que, más allá de las intenciones demostradas por un dramaturgo y un elenco, se instalan en el terreno de lo legitimado (Bourdieu, 1991).

Siguiendo las ideas de Raymond Williams (1994), el cine —al igual que otros medios como la radio o la televisión y en general todos los dispositivos reproductibles— “constituyen sistemas de acceso directo, al menos en el sentido en que son culturalmente accesibles dentro del desarrollo social normal, sin ninguna forma de adiestramiento cultural” (p. 103). En definitiva, es esta condición no mediada por un saber culto, sumada a su capacidad propagadora, la que define la accesibilidad del medio.

Osvaldo Pellettieri (1997) afirma que una de las razones que hicieron que la versión teatral de *La fiaca* se convirtiera en un enorme suceso popular se debió, en gran medida, a la intervención de Norman Briski en el papel de Néstor Vignale. Cabe destacar que esta elección originalmente no formó parte del pensamiento de Talesnik sobre la materialización de su obra, sino que fue el resultado de una mediación con el director (Gorostiza). El impacto causado en la platea cuando finalmente se estrenó la pieza, lo llevaron a cambiar radicalmente de opinión. Talesnik recordaba:

Briski me parecía un mimo, un actor divertido pero que no respondía a mi idea del personaje. No era el porteño tipo. Yo no creía en él, y como no vi los ensayos anteriores, me morí de angustia cuando vi el ensayo general. ¡Qué cagada!, me dije, pensando que era mi debut y despedida en el teatro. Briski parecía un loco suelto, recién liberado, pero todavía no curado. Me agarré la cabeza y pensé ya entregado: ¿Quién se va a identificar, quién se va a reír con él? Al día siguiente ya reconocía que estaba equivocado” (citado en Pellettieri, 1997, p. 138).

⁴: Las obras anteriores de Aries habían sido distribuidas por Artistas Argentinos Asociados.

⁵: Entre las películas distribuidas por el sello pueden mencionarse *Bye Brasil* (Carlos Diegues, 1980), *Cotton Club* (The Cotton Club, Francis Ford Coppolla, 1984), *Terminator* (The Terminator, James Cameron, 1984).

Con mayor énfasis que en otros casos de reescrituras de piezas teatrales estrenadas a lo largo de los sesenta, en *La fiaca* lo fundamental del teatro, la puesta en escena, apareció como un elemento que el cine buscó recobrar. Las maniobras empleadas para lograrlo apuntaron al mismo tiempo a dejar una huella de la experiencia espectadorial de quien asistía a las funciones teatrales —fundamentalmente la referida al desempeño del actor principal— y a reproducir al infinito unas acciones que en los escenarios hubieran quedado subsumidas obligatoriamente al aquí y ahora de la representación.

En la recuperación de Briski como protagonista, la película buscó tornar cercano para un número de asistentes aún mayor aquello que se mantenía acotado al público teatral de Buenos Aires. La repercusión que el actor había logrado con su personaje fue un factor central sobre el que descansó el proyecto de Ayala. Esta intención se constata al revisar los afiches promocionales y todo el dispositivo gráfico —*press books*, programas de mano, fotogramas colocados en las marquesinas de los cines—, basados en su mayoría en la imagen en primer plano del intérprete. Entonces, gracias a la accesibilidad aportada por el filme, un espectador de zonas distantes a Buenos Aires podía experimentar lo que la crítica teatral había dado en llamar el auténtico “festival Briski” (Potenze, 1967) sin tener que esperar a que la obra saliera de gira y llegara a su lugar de residencia o estar obligado a trasladarse para apreciar aquello que se comentaba en las revistas, en la televisión y en el relato de terceros.

El intento de expandir el alcance de una puesta ya exitosa a un espectro más amplio provocó que, en gran medida, los lineamientos centrales de la versión teatral fueran sostenidos en la reescritura filmica. Esto fue evidente en el caso del desempeño del actor protagónico, aunque no corrió la misma suerte el resto del elenco, que fue reemplazado en su totalidad.

Por otra parte, con la llegada de la película se buscó que el montaje teatral quedara en un segundo lugar, ante la novedad que implicaba la película. Una cláusula del contrato firmado entre Talesnik y Ayala prohibía que la obra se representara al mismo tiempo que la película se hallaba en rodaje. La determinación contractual produjo algunas quejas por parte de los actores que no fueron incluidos en ella (“Prohibida *La fiaca*”, 1969⁶), al tiempo que puso de manifiesto la decisión de Aries de asegurarse el grueso de los beneficios al hacer asequible la propuesta.

La síntesis entre desteatralización y sobreteatralización

Entre las modalidades de intersección textual entre el teatro y el cine propuestas por Jacques Gesternkorn (1994), la modelización y el reciclaje constituyen dos formas específicas. La primera se verifica cuando procedimientos típicamente identificados como propios de una puesta en escena teatral aparecen en el engranaje del filme de manera indirecta, es decir, cuando no se trata de la captura lisa y llana de un espectáculo. De acuerdo con la definición de modelización, ciertas opciones de trabajo con el espacio y el tiempo, así como algunas acciones de los personajes, de los movimientos de los actores o ciertos desenvolvimientos de la trama, pueden ser emparentados con el teatro, aunque, dado su carácter elusivo, su reconocimiento depende de la competencia del público.

Por el contrario, el reciclaje implica un intento deliberado de disolver los componentes que provienen de los escenarios en función de su adopción a una retórica cinematográfica. Esta modalidad, a diferencia de aquellos casos en los que la filiación interdisciplinaria emerge como marca evidente, “tiende a atenuar la teatralización de los filmes, ocultándola” (Abuín González, 2012, p. 72).

Esta clasificación, atenta a dar cuenta de relaciones no necesariamente transpositivas, se relaciona con dos estrategias que los cineastas han puesto en práctica al

momento de enfrentarse a una obra anterior: la sobreteatralización y la desteatralización (Aumont, 2012, p. 16).

[Se trata] de dos grandes extremos entre los que se han de mover las estrategias disponibles para un director de cine que quiera llevar un drama escrito a la pantalla: tratar la acción con la intención de preservar en lo posible su naturaleza teatral... o incorporar al drama todo el potencial visual cinematográfico, creando nuevas relaciones entre el actor y el decorado, el espacio y el tiempo, así como la manera de presentación ante el público (Abuín González, 2012, pp. 67-68).

Las traslaciones de piezas teatrales concretadas por los directores pertenecientes al cine moderno argentino de los sesenta estuvieron siempre inclinadas hacia alguna de las dos variantes en detrimento de la otra. Hasta el estreno de *La fiaca* no había exponentes de un tipo de relato que hiciera visible la potencialidad de cruzar ambas opciones. Por el contrario, las películas —y los directores en sus declaraciones— delimitaban explícitamente el modo de relacionarse con la teatralidad del momento. Ya sea porque apuntaban a privilegiar un tipo de construcción realista —reñida, en consecuencia, con la franca asunción de lo artificioso que supone la sobreteatralización— o bien porque procuraban evidenciar que sus elecciones de puesta en escena procedían de una fuente reconocida, los directores no se permitieron explorar los bordes ni generar fricciones.⁷

En el caso de *La fiaca*, la existencia de elementos anti-téticos conjugados en función de la concreción de una unidad estaba presente ya en la pieza original. Pellettieri (1997) se refiere al texto de Talesnik como un modelo de *realismo híbrido* (p. 135). En él se conservan aún procedimientos emparentados con la dramaturgia de principios de los sesenta —basada en una idea de captación cuasi

fotográfica de los acontecimientos que eludía la aparición de lo antinaturalista— pero estos son mixturados con otros que abren la senda hacia un territorio nuevo, sin instaurar todavía una forma distinta a la precedente.

Una crítica sobre la película publicada en *La Nación* —en la que se hace explícita esa condición bifásica— observaba esta particularidad de la versión escénica original como un primer escollo que tuvo que afrontar la traslación filmica:

El primer problema que Fernando Ayala debió resolver fue el de la necesidad de optar por una de las dos líneas narrativas que se alternan a lo largo de la pieza de Talesnik; una de tono realista directo, que prevalece en todo el primer acto; la otra, de clara implicancia alegórica, visible en toda la segunda parte y en el desenlace de la comedia. Ayala y Talesnik no vacilaron en la elección: el film está enteramente “jugado” en la primera de esas orientaciones, o sea con un sostenido acento realista, sin apelaciones al lenguaje alegórico (salvo lo que pueda tener de alegoría la obra toda, en su propuesta contra una sociedad alienante y opresora, y salvo también alguna metáfora visual oportunamente intercalada, que no quiebra la fluidez ni el tono naturalista del relato) (“Versión filmica bien lograda”, 1969).

Aunque el comentario reconoce la existencia de elementos dispares, lo innovador de la película —como lo fue en su momento la puesta teatral— estriba, contrariamente a lo que allí se afirma, en su negación a optar por un camino preestablecido. La mezcla del registro costumbrista con una abierta artificiosidad ocasiona que ambos polos exhiban sus puntos de confluencia y operen bajo una lógica en la que la sobreteatralización y la desteatralización se entrelazan, y difuminan las barreras que antes las separaban.

^{7::} Entre los filmes que optaron por la desteatralización pueden mencionarse *El crack* (Martínez Suárez, 1960) y *Los de la mesa 10* (Feldman, 1960); la veta contraria aparece en dos traslaciones dirigidas por René Mugica: *El centroforward murió al amanecer* (1961) y *El reñidero* (1965).

Una poética de la mezcla

Ya en la primera secuencia de la película queda ins-taurado el juego tensional entre opuestos que recorrerá la totalidad del relato. En un espacio ostensiblemente neutro, semejante a un escenario provisto solo de un mobiliario mínimo (una cama, una mesa de luz con un velador, un reloj despertador, un cuadro decorativo), Néstor Vignale y su mujer, Marta (Norma Aleandro), se disponen a dormir. Recuperando punto por punto los movimientos del prólogo de la puesta original —los gestos titubeantes de Néstor alrededor de la alarma del despertador—, Ayala les introduce una variación: después de apagar la luz, los créditos avanzan y la imagen teatral del principio va modificándose en función de las elipsis marcadas por el paso de las horas en el reloj. Antes de finalizar los títulos, cuando se menciona que la película fue rodada en los estudios Lumiton, la imagen se traslada de forma repentina al exterior de un edificio de departamentos. A esta imagen la sucede otro plano de una construcción moderna, que conduce al interior de una oficina vacía.

La planificación de la secuencia, vertebrada en torno a unos planos que rodean a la pareja, devela el espacio desde su condición de lugar elaborado de manera artificial. Frente al reconocimiento de que se trata de un ámbito intencionalmente reproducido en estudio —lo que lo acercaría a la escenografía elaborada para una puesta teatral—⁸ el salto del interior al plano del edificio a cielo abierto provoca un primer punto de choque que determina el tono que asumirá el resto de la puesta en escena filmica. Entre el subrayado de lo teatral de los primeros minutos y su cuestionamiento, a través de la inclusión de exteriores y unas marcadas elipsis, se establece el carácter oscilante de las elecciones del cineasta.

Una vez introducido este esquema basado en la discordancia, resulta coherente —dentro del verosímil propuesto por la película desde el inicio— que el realismo

costumbrista que predomina en la primera parte se vea horadado por instancias antirrealistas que modifican o intensifican sus sentidos. En la puesta teatral, las actitudes corporales de Briski servían como instrumento para desnaturalizar una serie de comportamientos y transformarlos en acciones maquinales, en tópicos. Discutiendo con Marta sobre su deseo de hacer *fiaca*, de quedarse en cama, Vignale encadena verbal y gestualmente un conjunto de movimientos que componen su rutina agobiante de empleado de oficina:

NÉSTOR: ¡Ochocientos treinta y dos pesos!... Tengo que levantarme por ochocientos treinta y dos pesos!... Lavarme la cara con agua fría, afeitarme, hacerme la corbata, meterme en el subte o colgarme de un colectivo, mirar los coches de los demás, pasar delante de las vidrieras, saludar sonriendo a un tipo que no tragás, aguantarme la cargada del ascensorista... ¡todo por ochocientos treinta y dos pesos!... No, no vale la pena (Talesnik, 1967, p. 9).

Ayala transforma el discurso del protagonista en una sucesión de imágenes que reproducen literalmente aquello que en el teatro permaneció solo verbalizado y representado en escena por el actor mediante la mímica. Como complemento de la expansividad gestual intransferible de Briski, el montaje rápido y la velocidad anormal con la que se encadenan los planos provocan un efecto risible que, al mismo tiempo que se afianza en el artificio, deja traslucir el carácter repetitivo de las situaciones. Con este tratamiento, que deconstruye los tópicos al mostrar su condición de operaciones infinitamente reiteradas, Ayala rompe con el costumbrismo y se burla de él, por lo que establece una distancia irónica frente a la realidad.

El empleo de recursos que tienden a literalizar los enunciados teatrales mediante las imágenes se repite en varias secuencias, sobre todo en los primeros tramos del

relato. En la puesta de Gorostiza, las virtudes de mimo del actor principal permitían traer a la escena, aunque fuera solo mediante la alusión de las actitudes corporales que apoyaban la palabra, distintas profesiones que conformaban el universo idealizado e inalcanzable del trabajador de clase media. La versión cinematográfica, por su parte, adhiere al cuerpo del protagonista una serie de aditamentos de vestuario y utilería que, junto a la mutación de los espacios, logra ensanchar el efecto cómico mediante la yuxtaposición de lugares y posturas físicas. El color grisáceo de las paredes de la habitación —que imitaba los tonos dominantes de la escenografía teatral— contrasta con el colorido de las escenas fantaseadas. Con un montaje sincopado, Vignale ocupa en un tramo breve de la narración los roles de médico, albañil, vendedor de helados, periodista, al tiempo que desenmascara lo prototípico de estas figuraciones tradicionales.

Además de conectar instantes dispares bajo un denominador común, los recuentos verbales del personaje ocasionan que la puesta en escena quede articulada siempre alrededor de los desempeños de Vignale. En un sentido más profundo, que hace a la modalidad de representación a la que esta película adscribe, la inclusión de estos procedimientos le permite apartarse del realismo behaviorista, torciendo el relato desde lo costumbrista-fotográfico hacia una zona en la que la inclusión de los recuerdos, las fantasías y los sueños de Vignale hacen prevalecer la subjetividad en la construcción del mundo representado.

Mientras en los tempranos sesenta toda una corriente del cine renovador argentino asociado al realismo se afianzó en los valores de una descripción autoconsciente, pero, no obstante, “objetiva” —plagada de elipsis y vacíos narrativos, de tiempos muertos y cuerpos deambulados sin rumbo—, en la película de Ayala las características innovadoras son superpuestas a otras en las que prima la emergencia del trazado filmico de la fantasía. Siguiendo lo señalado por Domènc Font (2002) para el caso eu-

ropeo, en *La fiaca* “la ruptura moderna se produce a través de una reflexión sobre la narración y sus falsos valores objetivos y en un repliegue hacia la interioridad y la conciencia de lo imaginario” (p. 68). Como consecuencia de esa elección, los elementos visuales muestran el pasaje de la realidad materialmente gris del empleado modelo hacia el estallido en tecnicolor de sus deseos recónditos.

El discurso del protagonista, actualizado en imágenes por el director, denuncia la mecanización que preside las acciones de los oficinistas de clase media.

Como gesto de impugnación de un ritual, la *fiaca* de Vignale propicia la desarticulación de los movimientos de sus compañeros de trabajo a través de su descripción minuciosa. La escena desnuda un sistema en el que hasta las necesidades del cuerpo tienen asignado su turno preciso:

NÉSTOR: Las diez y media... (Piensa, se inquieta, pero se pone a disfrutar.) Di Croce debe estar levantándose para ir al baño. El Negro lo tiene de punto. (Imitando) “Ché, riñón, vas a cumplir con la patria?”... La Bertone se muere de risa... ¡bah, ella siempre se ríe!... Peralta le dice de usted... Pobre Peralta, tan respetuoso, tan educado, tan limpito... (Decae.) Están todos sentados, cada uno en su escritorio... (Sobreponiéndose.) ¡En cambio yo!... ¡Aquí me tenés, acostado como un bacán!... (Se mira.) En pijama, bien cómodo, tranquilito!... (Otra vez abatido.) Le tiene un terror a la Chancha... (Talesnik, 1967, p. 16).

El relato continuo del personaje hace ingresar no solamente la fantasía, sino también el exterior al espacio doméstico en el que se desarrolla la ficción. Si en la puesta de Gorostiza los movimientos del actor facilitaban la alusión a la extra-escena ubicada más allá de los límites de la habitación, en el filme los *raccontos* ocasionan que la puesta abandone la inmovilidad de la

⁸ Sobre las implicancias de la relación entre escenario y estudio cinematográfico puede consultarse el trabajo de Tesson (2012, p. 11-14).

cama en la que Vignale rememora y fantasea sobre su suerte y la de los demás, y se traslade a otros lugares. Imaginarios algunos —cuando el actor aparece como albañil trabajando en un techo a cielo abierto o con un traje guardavidas en una playa—, otros claramente transitados, como aquel en el que narra los movimientos de sus compañeros de trabajo dentro de un ámbito tan conocido como detestado.

Al hacer partícipe al público de la rebelión individual, la obra y la película sostienen una larga enumeración de los almuerzos típicos de los oficinistas en los “bares americanos”, los lugares de menú fijo de la época:

NÉSTOR: Ya están por rajar al bar americano... Si no se apuran se quedan sin asiento... (Acomodándose morosamente) y yo morfando en la cama... ¡Y en camiseta! (...) ¡Todos en el mostrador, codo contra codo! (Haciendo la acción) ¡Cortás y chocás! ¡Cortás y chocás! (...) ¿Qué hiciste de comer? (MARTA igual [no responde]) Está bien, está bien... ¡calladita! Mientras no haya salchicha con puré... o dos chorizos con ensalada (Ligeramente preocupado) O pecetoalhornoconpapas (Más preocupado) ¡O milanesaconpapasfritas! (Preocupadísimo, muy rápido) ¡Bifeconensalada! ¡Matambreconensaladarusa! ¡Jamóncoci-doconpickles! (Incorporándose y apretándose contra el respaldo. Con pánico,) ¡Colchóndearvejas! ¡Tortillaespañola! ¡Panquequedulceleche! ¡Flanconcrema! ¡Duraznoalmibar! ¡Mandarimananzananaranja! (Talesnik, 1967, p. 25-26).

Con el objetivo de establecer una identificación emocional con el protagonista, a partir de la mención a un menú conocido por cualquier espectador que haya comido alguna vez en sitios de esta clase, la repetición de los platos propone un tratamiento que los convierte en mero lenguaje, en significantes vacíos. En la versión cinematográfica, este será el momento más alto de conexión entre

las referencias verbales de Vignale y la articulación con el exterior. Aunque se trata de una situación imaginada por el personaje, la puesta en escena filmica construye el exterior no ya desde un tratamiento subjetivo, sino desde la articulación con unas acciones que ocurren más allá de los límites de la habitación. Los oficinistas efectivamente están comiendo en ese horario, como todos los días. El afuera representado de esta manera para el público intensifica en este su poder de reconocimiento intelectual y afectivo. *La fiaca* de Ayala convoca, a partir de esta inclusión de una realidad palpable, los mismos sentidos que los directores modernos cuando colocaban a los personajes frente a algún edificio o monumento reconocible: situar a la ficción en el entorno inmediato.

La presencia de Peralta (Jorge Rivera López) en el departamento de Vignale motiva una secuencia en la que lo teatral y lo cinematográfico se complementan y superponen, en función del cruce entre la realidad y el mundo subjetivo objetivado en escena. El baile del “fostro”, el juego de los pistoleros que Vignale establece con su compañero de trabajo y la fantasía de Peralta como cantor proponen acciones en las que la ficción dentro de la ficción produce una teatralidad explícita en la pantalla.

Los movimientos de Briski —según indica la didascalia del texto dramático— se asemejan a los de “los chicos cuando juegan solos: realizando todas las acciones, diferenciando cada personaje y ocupando las supuestas posiciones con las actitudes correspondientes” (Talesnik, 1967, p. 31). Sus gestos exagerados, típicos de quien imita una acción, exhiben, ante la atenta mirada de Peralta, una escena al interior de otra mayor o, en el caso del filme, la aparición subrepticia de un *momento de teatro* (Tesson, 2012) captado por la cámara.

Ayala adhiere a la expresividad mímica del actor una transformación del espacio: la habitación se desvanece; mediante un *raccord* de movimiento, el juego se

instala en el patio de la casa del protagonista cuando era un niño. Lo mismo sucede cuando el personaje interpretado por Rivera López —al igual que Pepe Novoa en la puesta original— agarra un escobillón para recobrar su fantasía infantil de verse como cantante: el ámbito real desaparece mientras el actor es filmado en una especie de escenario, iluminado por un reflector, mientras ofrece su espectáculo a un público imaginario. En ambos casos, el montaje y la mutación espacial proveen unos recursos cinematográficos que dialogan con lo teatral de la situación que implica presentar a dos hombres adultos fantaseando, reconstruyendo con sus propios cuerpos un mundo ya perdido.

A continuación de esta secuencia, que establece la máxima imbricación de lo teatral y lo cinematográfico, la puesta ideada por Ayala optará por hacer prevalecer los recursos específicos del medio, opacando o buscando ocultar la procedencia escénica que antes se había colocado en primer plano. Es como si desde este punto las imágenes hubieran llegado a una zona límite de hibridación y debiera reconducirse la narración mediante el empleo de procedimientos cinematográficos.

Como primera medida de alejamiento, en la película se reconfiguran las coordenadas espaciales. Abandonando el encierro de la primera parte, el protagonista pasa a ocupar el espacio público, a transitar por la ciudad. A diferencia de lo que ocurría en una película como *Los de la mesa 10* (Simón Feldman, 1960, basada en la obra de homónima de Osvaldo Dragún), en *La fiaca* no hay deambular ni dispersión en las acciones, dado que estas permanecen como una concatenación de momentos puntuales de intensidad dramática. Pero, así como este rasgo parecería acercarla a los parámetros clásicos de narración, la relación de Vignale con el espacio se presenta siguiendo las pautas previstas dentro del programa de la modernidad.

Carlos Losilla (2012) señala que una de las características mayores del cine moderno se basa en “el desajuste entre el personaje y el decorado y, en consecuencia, entre las distintas escalas del plano” (p. 20). La disposición del protagonista con relación al entorno aparece en *La fiaca* al mostrar este tipo de discordancia: Vignale es demasiado pequeño, recortado contra el fondo de unos edificios de dimensiones monstruosas. “Ayala enfrenta al actor en el espacio”, apunta María Valdéz (2005), “y los espacios, aparentemente claros y distintos del espectro de la clase media, se vuelven cárcel para el hombre insatisfecho” (p. 293). Entonces, más allá de integrar la ficción a unas coordenadas topográficas reconocibles, la puesta en escena marca la irresoluble opresión del entorno.

Deleuze (1984) afirma que uno de los síntomas de la crisis de la imagen-movimiento se verifica en la medida en que emerge en el relato una toma de conciencia de los tópicos (p. 292). Si bien este autor se refiere a una instancia histórica precisa (la crisis de la narración clásica propiciada tras el fin de la segunda guerra mundial), esta característica permite confirmar la filiación moderna de *La fiaca*. Junto con la asunción de situaciones dispersivas y la tematización de un velado deambular sin rumbo del protagonista, que recuerda a la forma de vagabundeo preconizada por Deleuze, el desnudamiento de los tópicos permite incluir a la película de Ayala dentro de las formas que buscan cuestionar los alcances de la imagen-acción.

Desde un primer momento, la transformación del listado de comidas en elementos carentes de significado, en puros efectos de la enunciación (de ahí el hecho de que, al ser mencionadas, las palabras tiendan a unificarse, haciendo que su capacidad evocadora se torne opaca), la apuesta de Talesnik —amplificada por Ayala— logra su cometido de poner en entredicho los sentidos aceptados. Una idéntica función actualiza la larga serie de lugares comunes que expresa la madre del protagonista, con frases como “¡Nadie se hizo rico de golpe!”, “¡En la vida hay que saber esperar!” o “¡Con voluntad siempre se llega!” (Talesnik, 1967, p. 23).

Este procedimiento de enumeración se repite con mayor énfasis en la segunda mitad de la película.

El encuentro con Jáuregui (Juan Carlos Gené), el responsable de Recursos Humanos de Fiagroplast, representa un momento clave de enfrentamiento entre los tópicos –formulados por un personaje que encarna un discurso institucionalizado– con relación a la impugnación que la fiaca de Vignale significa para la sociedad. A la sucesión de palabras emitidas para el resguardo de los mandatos sociales, el protagonista responde con imágenes que recuperan recuerdos de infancia. En ellos, Vignale escribe en el pizarrón “el ocio es la madre de todos los vicios”, forma fila en un acto escolar o bien escucha la misma serie de dichos vacíos pronunciados por sus maestros. La voz de Jáuregui continúa, mientras en la banda visual la iconografía de los próceres nacionales –Sarmiento, San Martín, Belgrano– aparece confusamente mezclada con las fotografías más cercanas de Perón, Juan Manuel Fangio, Palito Ortega, entre muchas otras, expuestas a gran velocidad. A partir de la discordancia entre las palabras escuchadas y lo visual, la narración efectúa un comentario explícito que tiende a impugnar tanto al discurso como a estos “símbolos nacionales”, al convertirlos en imágenes carentes de espesor, en estampitas.

Las escenas finales marcan un punto de despegue de lo teatral a partir de una inclinación realista. En los escenarios, el desenlace se producía con la aparición del gerente de Fiagroplast blandiendo un sándwich ante la mirada famélica del protagonista. Este personaje decisivo en la resolución del conflicto casi no hablaba, solo se limitaba a mostrar el alimento convertido en objeto de deseo. La transformación de un elemento profano en símbolo derrriba el realismo y da paso al predominio de lo alegórico. En su pasaje al cine, Ayala opta por tomar distancia de esta causalidad implícita (Dubatti, 1989) que constituye uno de los rasgos innovadores de la obra de Talesnik con relación al realismo teatral de los sesenta.

En el filme, la clausura narrativa posee una lógica más claramente referencial. La derrota de Vignale –sumada a la de Perales que, a diferencia de la obra, aquí lo secunda en su decisión– se explicita mediante la pérdida de todo: su esposa lo abandona, debe devolver los electrodomésticos comprados en cuotas, gasta sus últimos centavos. Imaginándose como un linyera, como un faquir –según lo que Marta le predice antes de dejarlo– el protagonista decide cesar en su rebeldía mostrándose evidentemente abatido.

El epílogo muestra a los personajes retornando a sus tareas habituales, sintetizadas en la mirada final del protagonista desolado. Son estas decisiones las que probablemente hayan hecho afirmar a la mencionada crítica de *La Nación* que en la película se optó por el camino del realismo. Como pudo verse, esta opción por un tipo de registro no fue unidireccional. El realismo en la película estuvo asediado de manera constante por factores encaminados hacia otros territorios lejanos.

Conclusiones

A finales de los sesenta, el impulso modernizador que caracterizó esta época se encontraba en una instancia de recambio. Visiblemente agotados, algunos de los mecanismos que fueron sus principales banderas de autoafirmación –la opción por un realismo de nuevo cuño, el papel otorgado a los jóvenes dentro de los relatos, la negación a otorgar soluciones inmediatas o tranquilizadoras– tendieron a difuminarse en las narraciones cinematográficas y teatrales. Sumado a esto, las políticas constrictivas del gobierno militar del general Juan Carlos Onganía terminaron por desplazar estas preocupaciones hacia los márgenes. En este marco, un director como Ayala, ferviente defensor del carácter industrial y comercial del cine, se había mantenido en pie gracias a un tipo de cine de fácil captación y sin mayores innovaciones. Fue esta la época de películas sobre hoteles alojamiento, pero también de otras como *Martín Fierro* (1968), en la que Torre Nilsson ensayó un cambio drástico de su orientación autoral.

En este contexto, en cierto modo sombrío para la modernidad, el estreno teatral de *La fiaca* abrió una vía inexplorada a través de la cual podía intersectarse el compromiso con la realidad con el entretenimiento y la risa. Ayala captó rápidamente esto, al entender que con su reescritura podía alcanzar nuevamente el cruce entre calidad y masividad que desde siempre le interesaron. Entonces, lejos de la *consagración horizontal* (Terán, 1991) que significó para los cineastas noveles de principios de los sesenta ampararse en la producción escénica de unos teatreros también ignotos, el éxito de la versión escénica fue un acicate, una apuesta que la pantalla debía redoblar. El sustento (e incluso la amplificación) de la locura desatada en el cuerpo del protagonista constituyó, más allá de las particularidades textuales analizadas, el principal atractivo del espectáculo cinematográfico ofrecido al público.

Al referirse a la puesta teatral, Pellettieri (1997) considera que en *La fiaca* “ya se ha atenuado la ortodoxia realista, aunque la rebelión de Néstor Vignale todavía funcione de manera ilusionista, sin ‘deformaciones’, monólogos interiores ni abolición del tiempo objetivo” (p. 137). Ayala profundiza con su película la distancia con el realismo, entendido como trozo de vida incorporando al relato un conjunto de elementos que buscan trascenderlo mediante una doble vía: por la aparición de la subjetividad directa y, asimismo, por apelar a comentarios puntuales encargados de impugnar o ironizar sobre la veracidad de aquello que está siendo visto o escuchado. Como obra de síntesis, el filme amalgama los procedimientos empleados en otras traslaciones anteriores –los desplazamientos urbanos, el abierto reconocimiento del rodaje en estudios, la representación en abismo– a los que suma otros basados en el distanciamiento irónico con relación a los saberes aprehendidos.

En *Pasen y vean*, el libro de entrevistas que repasa su propia obra, Leonardo Favio rememora la siguiente anécdota sobre el origen de su versión de *Juan Moreira* (1971):

Un día, caminando por Carlos Pellegrini, me encontré con Fernando Ayala y me invitó a tomar una cerveza. Inmediatamente pensé: éste es Aries Cinematográfica, aquí hay guita. Me preguntó en qué andaba, y en el aire inventé que estaba embalado con una historia que era para ganar mucha plata, le dije como haciéndome el distraído. A ver si picaba ¿no? *Juan Moreira* le dije [...] Al día siguiente me llamó diciéndome que Héctor Olivera me quería ver (citado en Schettini, 1995, p. 122).

El recuerdo de este encuentro grafica una relación necesaria, obligatoria, con el dinero, puesta en boca de un cineasta que buscó de forma denodada edificar una obra popular. *La fiaca* fue una de las piedras angulares que determinaron el cambio de rumbo de toda una plana de directores iniciados en los sesenta. En las postrimerías de la década, estos comenzaron a manifestar una preocupación referida a la llegada masiva de sus obras, sin renunciar por ello a un reconocimiento artístico.

Si en un principio la discusión instalada por Torre Nilsson enfrentó la *expresión* con el *espectáculo*, esta película trazó un rumbo posible, como quedó demostrado, al condensar con resultados felices –esto es, económicamente rentables y estéticamente valiosos– ambas posibilidades en una sola. En muchos sentidos, películas posteriores como *Juan Moreira*, *Nazareno Cruz y el lobo* (Favio, 1973), *Los chantas* (José Martínez Suárez, 1975) o *Los gauchos judíos* (Juan José Jusid, 1975) son deudas del espíritu, al mismo tiempo artístico y comercial, prohijado por ese “tío” que fue Fernando Ayala.

Referencias

- Abuín González, A. (2012). *El teatro en el cine. Estudio de una relación intermedial*. Madrid, España: Cátedra.
- Aumont, J. (2012). *El cine y la puesta en escena*. Buenos Aires, Argentina: Colihue.
- Barthes, R. (1974). *El placer del texto*. Buenos Aires, Argentina: Siglo XXI.
- Bourdieu, P. (1991). *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*. Madrid, España: Taurus.
- Bourdieu, P. (1992). *Las reglas del arte. Génesis y estructura del campo literario*. Barcelona, España: Anagrama.
- Cattrysse, P. (1992). *Pour une théorie de l'adaptation filmique. Le film noir américain*. Bern, Suiza: Lang.
- Deleuze, G. (1984). *La imagen-movimiento. Estudios sobre cine 1*. Barcelona, España: Paidós.
- Dubatti, J. (1989). Ricardo Talesnik y el realismo. *La fiaca* (1967). En O. Pellettieri (Comp.), *Teatro argentino de los '60: Polémica, continuidad y ruptura* (pp. 157-168). Buenos Aires, Argentina: Corregidor.
- España, C. (2005). Transformaciones. Cine argentino 1957-1983: modernidad y vanguardias. En C. España (Dir.), *Cine argentino. Modernidad y vanguardias. 1957-1983, Volumen I* (pp. 20-207). Buenos Aires, Argentina: Fondo Nacional de las Artes.
- Font, D. (2002). *Paisajes de la modernidad. Cine europeo, 1960-1980*. Barcelona, España: Paidós.
- Gesternkorn, J. (1994). Lever le Rideau. En C. Hamon-Siréjols, J. Gestenkorn, y A. Gardies (Eds.), *Cinéma et théâtralité* (pp. 13-27). Lyon, Francia: Aléas.
- Gramsci, A. (1981). *Cuadernos de la cárcel*. México D.F., México: ERA. (Trabajo original publicado en 1930)
- Kristeva, J. (1978). *Semiótica 1*. Madrid, España: Fundamentos.
- Losilla, C. (2012). *La invención de la modernidad o cómo*

acabar de una vez por todas con la historia del cine. Madrid, España: Cátedra.

- Martínez, T. E. (1961). *La obra de Ayala y Torre Nilsson en las estructuras del cine argentino*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Culturales Argentinas.
- Miller, K. (2014). La experiencia del vacío: Tedio y política en novelas argentinas del 2000. *Revista Iberoamericana*, 80(247), 677-692. doi:10.5195/reviberoamer.2014.7174
- Mudrovic, M. E. (2010). *Nombres en litigio. Las guerras culturales en América Latina. Del Happening desarrollista a la posguerra fría*. Rosario, Argentina: Beatriz Viterbo.
- Oubiña, D. (2016). Una política de autores para Latinoamérica. (Nuevos cines y nueva crítica: Argentina, Brasil, México en los sesenta). *Kamchatka*, 8, 347-361. Recuperado de <https://ojs.uv.es/index.php/kamchatka/article/view/9022>
- Pellettieri, O. (1997). *Una historia interrumpida. Teatro argentino moderno 1949-1976*. Buenos Aires, Argentina: Galerna.
- Pérez Bowie, J.A. (2003). La teoría sobre la adaptación cinematográfica de textos literarios. Estado de la cuestión. En J.A. Pérez Bowie (Ed.), *La adaptación cinematográfica de textos literarios. Teoría y práctica* (pp. 11-30). Salamanca, España: Plaza Universitaria.
- Potenze, J. (1 de octubre de 1967). Festival Briski en el San Telmo. *La prensa*, p 21.
- Prohibida *La fiaca*. (20 de enero de 1969). *Siete días*, 2(89), p. 54
- Rapallo, A. (1993). *Fernando Ayala*. Buenos Aires, Argentina: Centro Editor de América Latina.
- Schettini, A. (1995). *Pasen y vean. La vida de Favio*. Buenos Aires: Argentina, Sudamericana.
- Talesnik, R. (1967). *La fiaca*. Buenos Aires, Argentina: Talía.
- Terán, O. (1991). *Nuestros años sesenta. La formación de la nueva izquierda intelectual en la Argentina 1956-1966*. Buenos Aires, Argentina: Puntosur.

- Tesson, C. (2012). *Cine y teatro*. Barcelona, España: Paidós.
- Torre Nilsson, L. (1985). *Torre Nilsson por Torre Nilsson*. Buenos Aires, Argentina: Fraterna.
- Valdéz, M. (2005). Fernando Ayala. Cultor de la crónica y de la actualidad. En C. España (Dir.), *Cine argentino. Modernidad y vanguardias 1957-1976* (pp. 272-299). Buenos Aires, Argentina: Fondo Nacional de las Artes.
- Versión filmica bien lograda de *La fiaca*. (7 de marzo de 1969). *La Nación*, p. 23
- Williams, R. (1994). *Cultura. Sociología de la comunicación y del arte*. Barcelona, España: Paidós.

Filmes:

- Aletti, G., Rodríguez Mentasti, M., Salías, S., Stevani, C. (Productores), y Mugica, R. (Director). (1965). *El reñidero* [Película]. Argentina: Sono Film.
- Ayala, F. (Productor & Director), Olivera, H. (Productor). (1963). *Paula cautiva* [Película]. Argentina: Aries Cinematográfica.
- Ayala, F. (Productor & Director), Olivera, H. (Productor). (1968). *Psexoanálisis* [Película]. Argentina: Aries Cinematográfica.
- Ayala, F. (Productor & Director), Olivera, H. (Productor). (1969). *La fiaca* [Película]. Argentina: Aries Cinematográfica.
- Ayala, F. (Productor & Director), Olivera, H. (Productor). (1970). *La guita* [Película]. Argentina: Aries Cinematográfica.
- Ayala, F. (Productor & Director), Olivera, H. (Productor). (1971). *Los neuróticos* [Película]. Argentina: Aries Cinematográfica.
- Báilez, H.. (Productor), y Martínez Suárez, J. (Director). (1975). *Los chantas* [Película]. Argentina: Cinematográfica Victoria.

- Barreto, L. (Productor), y Diegues, C. (Director). (1980). *Bye Bye Brasil* [Película]. Brasil: Luiz Carlos Barreto produções cinematográficas.
- Cahen Salaberry, E. (Productor & Director). (1978). ¡Yo también tengo *fiaca!* [Película]. Argentina: Cinematográfica Victoria.
- Cimonetti, M. (Productor), y Feldman, S. (Director). (1960). *Los de la mesa 10* [Película]. Argentina: Siluetas.
- Daly, J., Gibson, D., Hurd, G. (Productores), y Cameron, J. (Director). (1984). *Terminator* [Película]. Estados Unidos: Hemdale-Pacific Western-Euro Film Funding-Cinema '84-Greenberg Brothers Partnership.
- Favio, L., (Productor & Director), Sires, J., Tarantini, A., y Labraña, H. (Productores). (1973). *Juan Moreira* [Película]. Argentina: Choila Producciones.
- Favio, L., (Productor & Director), y De Benedetti, O. (Productor). (1974). *Nazareno Cruz y el lobo* [Película]. Argentina: Centauro Films.
- Gaffet, N., Pereira, P., Sires, J. (Productores), Torre Nilson, L. (Productor & Director). (1961). *La mano en la trampa* [Película]. Argentina: Producciones del Ángel.
- Lovell, D., Prophet, M., Roos, F. (Productores), y Coppola, F. (Director). (1984). *Cotton Club* [Película]. Estados Unidos: Zoetrope Studios-Productors Sales Organizacion-Totally Independent-Robert Evans Company.
- Parrilla, C. (Productor), y Martínez Suárez, J. (Director). (1960). *El crack* [Película]. Argentina: Alithia Cinematográfica.
- Rodríguez Mentasti, E. (Productor), y Mugica, R. (Director). (1961). *El centroforward murió al amanecer* [Película]. Argentina: Sono Film.
- Rodríguez Mentasti, E. (Productor), y Torre Nilson, L. (Director). (1957). *La casa del ángel* [Película]. Argentina: Sono Film.
- Torre Nilson, L. (Productor), y Jusid, J.J. (Director). (1975). *Los gauchos judíos* [Película]. Argentina: Films Cuatro.

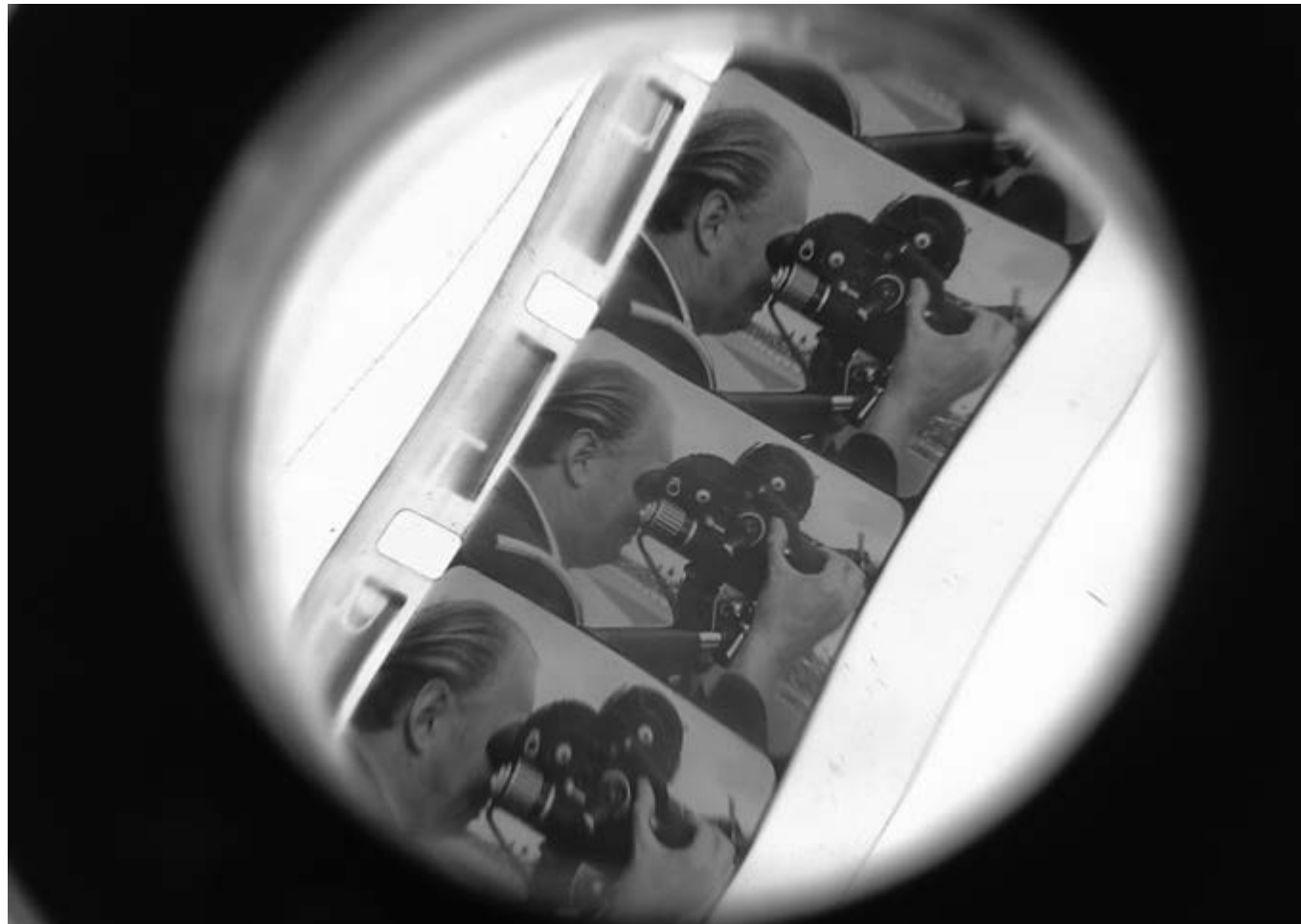


Foto: Archivo Audiovisual Prof. Dina Pintos. Facultad de Ciencias Humanas / Universidad Católica del Uruguay

Jorge Prelorán: un cineasta argentino entre la periferia y el centro de los estudios de cine

Jorge Prelorán: an Argentinian filmmaker between the periphery and the center of film studies

<http://dx.doi.org/10.22235/d.v0i26.1326>

Javier Campo

RESUMEN

El objetivo de este artículo es relevar los estudios críticos, de divulgación y académicos dedicados a la obra del cineasta argentino Jorge Prelorán, desde los sesenta hasta la actualidad, para analizar la relevancia de su obra en el contexto del cine etnográfico, así como las particularidades de su aproximación y representación de los sujetos populares. A partir de la revisión de dichos estudios, y del análisis que se ha realizado sobre su filmografía, se ponen en cuestión algunas afirmaciones que lo sitúan como un realizador “difícilmente clasificable” o como una “voz solitaria” (Mahieu, 1974). Si bien estas percepciones fueron comunes en los estudios sobre cine realizados en Argentina, en el exterior la obra de Prelorán —adscrita a la corriente del cine etnográfico— ha sido ampliamente estudiada y reconocida.

Palabras clave: Argentina, cine etnográfico, estudios de cine, documental, Jorge Prelorán

Introducción

“Hay un realizador, en el cine argentino, que es difícilmente clasificable: Jorge Prelorán [...] fue adscrito en la corriente del cine etnográfico, donde es mundialmente conocido” (Mahieu, 1974, pp. 126-127). Este comentario de José Agustín Mahieu puede parecer contradictorio, pero en realidad no lo es: Prelorán resultaba “difícilmente clasificable” en una historia del cine argentino —en la cual el cine etnográfico era, a mediados de los setenta, un perfecto desconocido—, aunque en la misma época fuera conocido en los espacios de difusión y estudio del cine etnográfico en todo el mundo.

Jorge Prelorán fue un cineasta argentino que produjo más de sesenta filmes etnográficos. Muchos fueron realizados entre 1960 y 1970, en el marco del *Relevamiento cinematográfico de expresiones folklóricas argentinas*, programa dirigido por Augusto Raúl Cortazar y financiado por la Universidad Nacional de Tucumán y el Fondo Nacional de las Artes.

Otros cortometrajes del realizador fueron fomentados por la Universidad Nacional de Córdoba y por la University of California en Los Ángeles (UCLA, Estados Unidos). Prelorán murió en 2009 en Los Ángeles,

ABSTRACT

The aim of this article is to highlight the critical, divulgative and academic studies dedicated to the work of Argentinian filmmaker Jorge Prelorán, from the sixties to the present, to analyze its relevance in the context of ethnographic cinema, as well as the particularities of his approach and representation of popular subjects. From the review of these studies, and from the analysis that has been made on Prelorán's filmography, some assertions that place him as a "hard to classify" filmmaker or a "solitary voice" (Mahieu, 1974) are questioned. Although these perceptions were common in the cinema studies made in Argentina, the work of Prelorán —attached to the stream of ethnographic cinema— has been widely studied and recognized abroad.

Keywords: Argentina, ethnographic cinema, film studies, documentary, Jorge Prelorán

donde trabajó durante sus últimos 35 años de vida. Su trabajo fue valorado por su extensión temporal y filmográfica, pero sobre todo porque su etnografía heterodoxa se desarrolló en un momento preciso.

Como destaca Graciela Taquini (1987), “la obra de Prelorán coincide con el impulso teórico de los estudios antropológicos que se dan en la Argentina y el mundo en la década del sesenta” (p. 35). Por ello, muchos realizadores etnográficos e investigadores de este tipo de cine abrazaron sus filmes con un candor particular (Loizos, 1993; MacDougall, 1974/2003; De Brigard, 1974/1995), mientras que otros estudiosos, formados en la vieja escuela del cine científico, pugnan por sostener una férrea ortodoxia para el cine etnográfico (Heider, 1976; Ruby, 2000; Rollwagen, 1988/1995).

Los estudios sobre la obra de Prelorán se pueden considerar dentro del primer grupo de afinidad, el de aquellos investigadores y críticos con una visión heterodoxa del cine etnográfico. Su nombre es mencionado en escritos académicos y de divulgación publicados en distintas latitudes.¹ Asimismo, es el único director argentino reseñado en la extensa enciclopedia sobre cine documental editada recientemente por Ian Aitken (2013).²

Javier Campo

Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires, Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas Buenos Aires, Argentina
javier.campo@cinedocumental.com.ar

Recepción: 01/03/2017
Aceptación: 11/04/2017

1:: Solo para mencionar algunos: el estudio señero de documental de Erik Barnouw (1974/1996, p. 185), el artículo de Kirsten Hastrup (1992, p. 19) y el libro de Peter Schumann (1988, p. 27); además, su nombre tiene una entrada en el *Historical Dictionary of South American Cinema*, de Peter Rist (2014).

2:: En la misma enciclopedia se describen dos filmes argentinos: *Tire dié* (Fernando Birri, 1958) y *La hora de los hornos* (Octavio Getino y Fernando Solanas, 1968).

De estas menciones, y del análisis de estos estudios, se desprende la hipótesis de este trabajo: Prelorán es uno de los documentalistas argentinos más conocidos y estudiados en el mundo, aunque pocos de los investigadores que acometieron la tarea de analizar su obra y carrera profesional lo hayan afirmado. Por lo tanto, el propósito de este trabajo es relevar los estudios académicos dedicados a la obra del realizador, desde los sesenta hasta la actualidad, para analizar cuán relevante resultó su obra para ellos y qué particularidades fueron destacadas sobre su aproximación y representación de los sujetos populares.

Prelorán, excluido e incluido

En los estudios argentinos sobre la obra de Jorge Prelorán una constante se repite: “es una figura poco conocida” (Rossi, 1987, p. 9); “ha quedado excluido de los circuitos comerciales, de la televisión y del video” (Taquini, 1987, pp. 31-32); “su nombre no es registrado ni por las revistas especializadas, ni por la crónica diaria” (Ríos, 2005, p. 108); “hacia 1969 [...] su trabajo era prácticamente invisible, desconocido en casi cualquier foro” (Pérez Llahí, 2011a, p. 307); “el cine de Prelorán es hoy un cine prohibido en la Argentina” (Gutiérrez, 1975, p. 76). La ausencia de las obras de Prelorán en la memoria de los argentinos pretende ser explicada con estas viñetas sobre su vida y filmografía, pero ¿cuán oculto estuvo realmente?

Los estudios canónicos sobre el documental etnográfico demuestran otra cara de la difusión de las obras de Prelorán. Para Emile de Brigard (1974/1995), “sus obras han gozado de una buena acogida” debido a que se trata de filmes con “un estilo anclado en la tradición europea, y por tanto sus obras resultan familiares al público occidental” (pp. 63-64). A diferencia de los investigadores argentinos, los estudiosos de este tipo de cine en Europa y Estados Unidos sí dan cuenta de que las obras de Prelorán han sido difundidas por los canales típicos para el cine etnográfico. Esa es una gran diferencia entre las aproximaciones a sus filmes y el lugar desde el que son comprendidos.

Desde Argentina parece querer analizarse la influencia de Prelorán en la industria cinematográfica, mientras que ningún investigador extranjero pretendería insertar este tipo de filmografía en el espacio Hollywood o del cine comercial. Tanto Peter Loizos (1993) como David MacDougall (1989/1998) o Eliot Weinberger (1994), todos ellos referentes de los estudios en la materia, lo consideran un realizador etnográfico y ubican sus trabajos dentro del conjunto de las obras heterodoxas o experimentales del documental antropológico. Por ello, mientras para unos es el *excluido* o *prohibido*, para quienes lo miran desde la distancia es “el realizador etnográfico más ampliamente reconocido y prolífico de América Latina” (Falicov, 2013, p. 740).³

Tamara Falicov (2013), en su texto publicado en la enciclopedia editada por Aitken, destaca que la obra de Prelorán es estudiada ampliamente por los investigadores especializados en antropología visual (p. 740). Según esta autora, el realizador es reconocido por dos grupos: el público —o bien los aficionados al cine documental— y los académicos. Adolfo Colombres, desde Argentina, es uno de los pocos que lo mira como un realizador inserto en un área específica: “En lo que hace estrictamente al cine etnográfico, creo que ninguna experiencia de América Latina supera en significado a la de Jorge Prelorán” (Colombres, 2005, p. 31). Analizado en su ámbito, ya no es aquel *solitario* que los críticos caracterizaban.

“La poesía y la amplitud filosófica de la obra de Prelorán impide encasillamientos. Es una voz solitaria e insobornable: un testigo” (Mahieu, 1974, p. 128). Esta idea de Mahieu, tan extendida en Argentina, podría entonces ser modificada en dos aspectos. En primer lugar, no hay un impedimento: puede ser ubicado, aunque no *encasillado*, dentro del amplio espectro del cine documental etnográfico, más allá de sus esporádicas reticencias. En segundo lugar, no ha estado tan solo como suele señalarse.

El primer punto de esta tesis puede ser sostenido mediante el rastreo de las participaciones de Prelorán en

muestras, conferencias y festivales sobre cine etnográfico. Estuvo presente de forma activa en el First International Colloquium on Ethnographic Film de 1968, realizado en la University of California de Los Ángeles (UCLA), donde fue el único latinoamericano presente —como él mismo consignó en su curriculum vitae—, y fue invitado de honor en la segunda edición del Margaret Mead Film Festival en 1978. Asimismo, recibió numerosos reconocimientos a su autoridad en el campo, entre las que se cuentan los artículos de su autoría publicados en libros y revistas académicas sobre cine etnográfico de primer nivel —como el libro de Paul Hockings (1974), en el que publicaron sus contribuciones los investigadores en cine etnográfico más renombrados— y la concesión de becas Guggenheim y Fulbright para hacer trabajo de campo para la realización de filmes antropológicos.

Con respecto al segundo punto, la investigación de Christopher Moore (2015), realizada en el archivo sobre Prelorán que se encuentra depositado en la Smithsonian Institution (Washington, Estados Unidos), resulta iluminadora:

Los papeles y el archivo de Prelorán demuestran de modo concluyente que él no era un hombre solitario, por mucho que él aspirara a tal condición. Su archivo confirma el hecho de que la experiencia de hacer cine es una experiencia colectiva, no importa cuán pequeño sea el equipo. Prelorán dependía de otros para hacer y compartir sus películas y, a través de esta dependencia, las películas asumieron ciertos valores que desafiaron las propias intenciones de él (p. 77).

El estudio de Moore abunda en detalles sobre los intercambios de Prelorán con académicos, realizadores y demás colegas, basados en la lectura de sus diarios y cartas personales. Estos documentos arrojan datos acerca de las relaciones de aquel *solitario* con una gran cantidad de colaboradores, más o menos directos. A diferencia de los otros estudios aquí mencionados, Moore presenta una tesis no unívoca sobre el trabajo de Prelorán: “su archivo

sugiere que podía ser simultáneamente tanto un nativo como un extranjero, un cineasta y un investigador, un conservador y un revolucionario, un desconocido y alguien vastamente conocido” (Moore, 2015, p. 78).

Influencias

Prelorán defendió en repetidas ocasiones que el neorealismo italiano era una influencia fuerte en su formación como cineasta (por ejemplo, en Taquini, 1994, p. 8). Sin embargo, su aproximación a los sujetos populares y los filmes que resultaron de esos encuentros han sido analizados a través del tamiz de la obra del padre del cine documental: Robert Flaherty. Para Sharon Sherman (1998), Prelorán “utiliza el modo biográfico”, al igual que Flaherty, pero “no hace juicios sobre una persona solitaria en un paraje desolado” (p. 154). Sherman establece que la diferencia principal entre ambos realizadores es que Prelorán, en sus etnobiografías⁴ —que son las que ofrecen los elementos más fructíferos para una comparación— no presenta una voz que *editorialice* el contenido de las imágenes: “Prelorán no impone un contenido romántico al film, sino que esto es algo que surge del visionado del espectador” (Sherman, 1998, p. 154).⁵

La perspectiva filorromántica de los primeros filmes de Flaherty —que documentaban con el objetivo de guardar la memoria de prácticas y costumbres culturales que están prontas a desaparecer, como si se tratase de un etnógrafo de salvamento— es fácilmente asimilable a los propósitos de Prelorán y sus etnobiografías sobre sujetos en parajes desolados que tienen oficios que han entrado en decadencia. Adolfo Colombres (2005) también realiza una comparación con Flaherty, pero en este caso por su convivencia con los protagonistas antes de filmarlos-grabarlos (p. 34).⁶ Falicov (2013), en tanto, hace hincapié en que ambos estilos “fueron comparados debido a las representaciones de la armonía entre el hombre y la naturaleza” (p. 740). Esquivo, Prelorán siempre dijo que las películas de Flaherty las vio tardíamente en su carrera (ver Rossi, 1987).

4:: Prelorán denominó *etnobiografías* a los documentales en los que trabajó con un protagonista excluyente, considerado representativo del conjunto de sus pares.

5:: Las inconsistencias del discurso de Prelorán —que se asume por momentos como cineasta etnográfico, cineasta etnobiográfico o solo como “una persona que hace películas”— fueron analizadas en un trabajo anterior (Campo, 2011).

6:: Guillermo Magrassi (1987) señala como un mito que Prelorán mantuviera una relación estrecha entre los protagonistas y las decisiones en la edición o divulgación de todos sus filmes. “Ese sistema era más que nada un deseo [...] Fuimos a llevarles a los pobladores de Quilino el film que Jorge había hecho en el año 1967. Y esto fue en el año 1977 ¡Habían pasado diez años! Nunca lo habían visto” (p. 69). Este detalle no es tenido en cuenta por muchos investigadores, que destacan el modo de trabajo de Prelorán como transversal a toda su obra.

3:: Las citas de textos publicados en otros idiomas han sido traducidas por el autor de este artículo.

Por otra parte, algunos investigadores destacan otra influencia literario-académica, igual o más importante que las mencionadas: *Los hijos de Sánchez* (1961), libro del norteamericano Oscar Lewis que revolucionó el campo de la investigación antropológica. El estilo de Prelorán, afirma Taquini (1994), “parecería el correlato cinematográfico” de este modelo de investigación (p. 12). Lewis no trabajó con intermediarios: convivió con la familia Sánchez y logró capturar sus voces. Según Taquini, Prelorán habría homenajeado a Lewis con el título de su filme *Los hijos de Zerda* (1978). Jorge Ruffinelli (2003) también destaca esta influencia (p. 166).

En tiempos en los que se estaba dando una renovación de las metodologías de la etnografía, Prelorán (juntos a otros realizadores en distintas partes del mundo) proponía una renovación del cine etnográfico. Luego de esta referencia Prelorán está un poco más cerca de su tiempo, no tan solo ni ajeno a lo que lo circunda en su campo de acción e influencia (de doble sentido circulatorio).

Eterno retorno al documental político

Una de las constantes más llamativas de los estudios argentinos sobre Prelorán y sus obras es la comparación con los preceptos del cine político, cuya divulgación coincidió con el período de trabajo más prolífico del realizador. Diversos investigadores asumieron una “defensa” de Prelorán, que supuestamente era criticado por “poco revolucionario”, aunque la mayoría de los estudios no dejan claro de parte de quién o cómo se ejerció dicha crítica. La única referencia al respecto fue hallada por Marcos Adrián Pérez Llahí:

Se lee en la editorial de *El correo de la semana*, firmada por Hugo Ezequiel Lezama (luego vocero del proyecto político de Emilio Eduardo Massera desde la redacción de Convicción): “Prelorán se jacta de no tomar partido en sus filmes. Prelorán no levanta la voz de su cámara para señalar lo que cree que son injusticias.

Prelorán no batalla por lo que siente como verdad. Prelorán no se mete. Y encima trata de elevar su indiferencia o cobardía a la categoría de nuevo estilo cinematográfico” (Pérez Llahí, 2011b, p. 99).

Graciela Taquini (1987) destaca que “cierta absurda crítica contenidista” se abatió sobre Prelorán (p. 41), mientras que Philip Derbyshire (2012) afirma en su trabajo que es “un cineasta cuya obra ha sido criticada con dureza justamente por no querer salirse de los límites de lo (políticamente) dado” (p. 7). Pero es Guillermo Gutiérrez (1975) quien se dedica más abiertamente a diferenciarlo de los cineastas políticos, en la introducción a una entrevista a Prelorán en la que el propio realizador critica los preceptos del documental militante.⁷ En dicha introducción, Gutiérrez califica al cine de Prelorán como “profundamente político” y agrega: “probablemente esta afirmación escandalice a los devotos admiradores de *La hora de los hornos* o películas similares” (Gutiérrez, 1975, p. 72).

¿Por qué para reconocer a Prelorán se tiene que definir a su obra como *política*, en un sentido diferente al más divulgado —como se desprende de la cita anterior— y por qué para ello un estudioso de su obra, también un admirador, siente la necesidad de establecer una diferenciación de sus obras con los filmes militantes? Todo concluye en una máxima: “Mostrar la realidad de la cultura de un pueblo es siempre un acto revolucionario”, destaca Gutiérrez (1975, p. 72). ¿Era necesario que antes de escribir esta frase, con la que a priori se podría acordar, se levantara una muralla divisoria de lo asumidamente *político*? Esta serie de interrogantes encuentran una respuesta plausible: la discusión política era una constante en la Argentina de los setenta, por ello es entendible que se sintiera como un imperativo decir algo a propósito del documental político, cuando el realizador en cuestión no solo no integraba ningún movimiento cinematográfico-político, sino que además era crítico con las narrativas revolucionarias.

Por otra parte, Jorge Ruffinelli (2003) —escribiendo ya en el siglo XXI— no tiene inconvenientes en remarcar que el cine de Prelorán no es político. Sus documentales, expresa este autor, guardan una “cualidad neutra, políticamente. La exhibición de la pobreza no lleva necesariamente a levantar banderas de protesta social o de denuncia política” (p. 164). Más acá en el tiempo no resulta necesario pasar a Prelorán por el tamiz del cine militante. Se trata de otro tipo de compromiso el asumido con sus protagonistas.

Su cine es político en la medida en que denuncia el etnocidio y la explotación e incita a la solidaridad, pero se abstiene de ideologizar por su cuenta, de “explicar”: deja que los marginados, de a poco, digan las cosas como las sienten. O sea, la visión desde afuera es sustituida por una visión desde adentro (Colombres, 2005, p. 34).

Al margen de esta discusión entre los estudiosos argentinos, las investigaciones sobre la obra de Prelorán realizadas en inglés se dedican exclusivamente a las cualidades etnográficas de su cine.

¿Una estética etnográfica?

Hay una lanza que atraviesa los estudios más profundos de las obras de Prelorán —que incluyen en algunos casos análisis minuciosos de sus filmes—: el desarrollo de una suerte de progresión del realizador hasta el punto de quiebre con sus etnobiografías. Según Héctor Kohén (2005), *Trapiches caseros* (1965) y *Feria en Simoca* (1965) señalan el inicio de un pasaje⁸ en el que “el cine abandona su papel de auxiliar de la antropología y encuentra los procedimientos que construyen y afirman su dimensión estética” (p. 443). Un desarrollo natural para cualquier realizador de una trayectoria dilatada, pero que en el caso de Prelorán tomó solo cinco años.

Graciela Taquini (1994) se extiende en su libro sobre aquellos elementos que demuestran un cambio de perspectiva “de lo descriptivo a lo subjetivo, del impresionismo al

expresionismo, de la observación al compromiso, hasta llegar a un estilo propio, *preloraniano*, que abandona el corto como formato para sumergirse en tiempos más largos” (p. 17). Al ahondar en los dispositivos en los que esta transformación se hace más evidente, esta autora destaca dos: el uso del primer plano “como acercamiento a personajes individuales” en sus etnobiografías; y el pasaje, en banda de sonido, de una voz “neutra” de locutor a voces con modismos locales (Taquini, 1994, p. 17), como sucede en los filmes intermedios —de acuerdo al tramo temporal mencionado por Kohén— *Artesanías Santiagueñas* (1967) y *Fiestas en Volcán Higuera* (1968). Sin embargo, también destaca que, en obras posteriores, Prelorán recae en un “didactismo exagerado, en un enciclopedismo rabioso como en *Castelao o Patagonia* (1992)” (Taquini, 1994, p. 36).⁹

Esto puede considerarse como una vuelta esporádica a la estética de su período en el *Relevamiento Cinematográfico* dirigido por Cortazar.

Una de las claves a las que apuntan muchos de los estudios críticos de la obra del realizador es remarcada por Taquini (1987): “Más allá de su valor testimonial las películas de Prelorán poseen un valor estético que trasciende el discurso científico” (p. 32). El *estilo preloraniano* asignado a sus obras —privilegiando las realizadas desde fines de los sesenta— se encuentra en la encrucijada entre estética cinematográfica y metodología antropológica. Luego de enumerar algunos de los requerimientos de la ortodoxia cinemato-etnográfica, Taquini (1994) afirma tajantemente que “Prelorán no cumplirá casi ninguno de estos preceptos, porque su aproximación no es científica sino interpretativa” (p. 10).

El propio Prelorán navegó entre la consideración de su cine como etnográfico y la batalla por desligarlo radicalmente de lo científico.¹⁰ Guillermo Magrassi (1987) destacaba que el realizador “no llegó a llevarse muy bien” con los antropólogos, debido a que “el choque viene de su manera expresiva, que es el hacer de un cine que él denomina

8:: En el final de ese pasaje están *Hermógenes Cayo* (1969) y *Damacio Caitruz* (1971).

9:: Asimismo, califica a los personajes de su filme de ficción *Mi tía Nora* (1983) como “un poco estereotipados... y hasta teleteatrales” (Taquini, 1994, p. 32).

10:: Para un desarrollo de este punto, véase Campo (2011).

etnobiográfico” (p. 68). El punto de conflicto principal es que Prelorán deja fuera de sus obras las características generales de una cultura, para ahondar exclusivamente en la relación de sus protagonistas con el ambiente, por lo que sus filmes resultarán “incompletos” para los científicos (Taquini, 1987, p. 32).

Es por este motivo que el realizador mantuvo discusiones con las antropólogas Ana Montes de González y Anne Chapman, a propósito de la realización de *Los onas* (1972). Prelorán había realizado la dirección de fotografía y el montaje de ese documental, pero, según Mahieu (1974):

Lamentablemente, la autora de la investigación y productora del film [Chapman] decidió retirar la obra de manos de Prelorán y realizar un nuevo montaje. Es deplorable que los científicos –por mejores motivos que tengan– sigan frente al arte un camino parecido al de los comerciantes de Hollywood (p. 128).

Se trata de un choque de visiones, o bien el encuentro entre concepciones ortodoxas y heterodoxas sobre lo que debería ser el cine etnográfico, en el amplio terreno de la antropología visual. Christopher Moore (2015), luego de un minucioso trabajo con las cartas personales del realizador, indica:

El archivo de Prelorán sugiere que necesitaba la ayuda de la antropología en sus películas, si bien él también se resistió a la forma en que esto afectó su lenguaje cinematográfico. Sus papeles están llenos de correspondencia con asesores académicos. Prelorán apeló a ellos en busca de ideas sobre lugares, temas, y cada vez más sujetos para capturar en sus películas, como en sus llamadas películas etnobiográficas [...] Si bien debemos comprender el contexto de su serie “folclórica”, el archivo personal de Prelorán sugiere que, dentro de las contingencias diarias de producción, Prelorán a menudo afirmó su preferencia del arte sobre la

ciencia, de un modo que desafiaba el campo de la antropología que informaba y de hecho financiaba su trabajo (p. 85).

Prelorán no dejó de estar próximo a los antropólogos y a las reflexiones sobre lo etnográfico –dan amplia cuenta de esto sus textos dedicados a desbrozar cuestiones sobre “cine etnográfico”– pero lo hacía desafiando lo que los antropólogos consideraban un enfoque o metodología apropiados. Necesitó de estos científicos y asumió por momentos, de forma velada o completa, su lugar de partícipe en ese campo, pero tensó siempre los términos de su posición como cineasta etnográfico, que reniega de su identidad como tal pero que, al mismo tiempo, la reafirma.

Uno de los motivos de sus discusiones con antropólogos, o bien con cineastas etnográficos ortodoxos –y que es la razón por la cual los heterodoxos valoran sus obras– es la construcción narrativa que hace a sus filmes algo más que películas sobre sujetos populares. Ese es uno de los puntos más altos que Ruffinelli (2003) destaca de su cine: “Lo interesante es que en la práctica documental Prelorán no hizo otra cosa que en las películas de ficción: narrar. Sus documentales, como los cuentos, tienen principio, medio y fin” (p. 177).

Al ligar los conceptos de una estética cinematográfica refinada y la documentación de costumbres culturales, Ruffinelli afirma que no hay contradicción entre ellas ni necesidad de optar, debido a que Prelorán demostró que es posible el “descubrimiento del orden estético en el mundo pobre rural”. Al mismo tiempo, este autor destaca los “momentos altos en el documental de Prelorán, gracias en parte al hallazgo del arte en sus formas más inesperadas. Y *Hermógenes Cayo* (*Imaginerio*) tiene un lugar privilegiado en el conjunto de esa obra” (Ruffinelli, 2003, p. 170).

Hermógenes como hito fundamental

“*Hermógenes Cayo* (1969) es la obra más célebre de Jorge Prelorán [...] Punto de inflexión en forma y

contenido”, afirma Graciela Taquini (1994, p. 20). El propio director también lo consideró de esta manera, así como la mayoría de los expertos en cine etnográfico, que se introdujeron en el mundo Prelorán a través del análisis de este filme. Esta película está presente en muchas antologías de cine latinoamericano.¹¹

Para David MacDougall (1974/2003), *Imaginerio* –título con el que se lo conoció fuera de Argentina– “es el documento más convincente de testimonio de gente alejada de la sociedad” (p. 127). Su colega Peter Loizos –con quien compartió la defensa de un cine etnográfico heterodoxo en tiempos en que esa postura suponía cargar contra la *Institución Antropología* en pleno– dedicó todo un apartado de su libro más divulgado al análisis de *Hermógenes Cayo*.

Haciendo gala de su fuerte postura en el campo, Loizos (1993) comienza diciendo que “si la decisión es excluir a *Imaginerio* de la categoría ‘cine etnográfico’, esto constituiría un caso de miopía académica” (p. 69). El investigador valora el carácter “evocativo” del filme, que “como documento es reflexivo, abierto y sugestivo menos que cerrado, definitivo y restringido” (Loizos, 1993, p. 70). Al poner en primer lugar el hecho de que se trata de una etnografía no convencional, es decir, no cerrada, Loizos (1993) ubica a la obra de Prelorán como contraparte paradigmática de aquello de lo que considera debe ir cambiando en el campo del cine etnográfico: “los filmes expositivos apegados a un texto lógico” (p. 70).

En definitiva, “*Imaginerio* nunca pide ser entendida como una historia completa de Cayo. Esta es la respetuosa evocación del hombre que hace Prelorán, transmitiendo los temas dominantes de su vida” (Loizos, 1993, p. 72). Se postula entonces como un ejemplo de lo que debía ser el cine etnográfico del futuro, el camino de un documento de perspectiva abierta que muchos continúan transitando en la actualidad.

Philip Derbyshire (2012) prefiere ahondar en una comparación entre *Hermógenes Cayo* y el cine militante: “Mi opi-

nión es que la compleja figuración reflexiva del imaginero es característica de una forma militante de hacer cine que busca restituir un momento y una práctica que el activismo militante de la modernidad acabaría por erradicar” (p. 11). El autor hace hincapié en que lo “no-moderno” en Cayo es un gesto contrahegemónico, que vuelve “político militante” al filme.

La misma atipicidad y particularidad actúa como un lugar de identificación para un cineasta a quien se le recrimina su falta de militancia, es decir su fracaso a la hora de incorporar su objeto filmico dentro de una narración de cambio que le ha sido impuesta y una ausencia de ventrilocuismo del supuesto sujeto de la revolución. Pero en realidad hay una productividad militante, una estética de la resistencia y de su capacidad para alterar las fuerzas que querían subyugarla, brillando en cada uno de los fotogramas de la extraordinaria película de Prelorán. Menos que revolución y más que simple registro: el cementerio de Cochino no es ni Juella ni La Recoleta [en referencia a secuencias de *La hora de los hornos*], es un espacio de otra posibilidad, cuya imagen podría estar apuntando a una forma de reconciliación con la tradición, y no tan solo a su negación (Derbyshire, 2012, p. 16).

Interesante pirueta la ensayada por Derbyshire para justificar su preferencia por *Hermógenes Cayo* ante *La hora de los hornos* (Octavio Getino y Fernando Solanas, 1968), como si fuese necesario elegir uno por sobre otro cincuenta años después de estrenados. Mientras que el ya mencionado ensayo de Gutiérrez (1975) fue escrito en una época empapada por el debate política/antipolítica, este texto de Derbyshire se escribió en el siglo veintiuno.

Por su parte, Sharon Sherman (1998), quien fuera estudiante del realizador, presenta un relevamiento más bien descriptivo sobre *Hermógenes Cayo*: “Prelorán hizo un potente manifiesto sobre las fuerzas implicadas en un proceso creativo. Familiarizándonos con Cayo aprendemos

¹¹: Jorge Ruffinelli (2012), Beatriz Urraca y Gary Kramer (2014), Raúl Manrupe y Alejandra Portela (1997), Timothy Barnard y Peter Rist (1996), entre otros.

qué genera la emoción y creatividad del artista” (p. 153). Su escrito es un compendio de las virtudes que encuentra en varios de los filmes de su maestro; Sherman también estudió los filmes *Cochengo Miranda* (1975), *Luther Metke at 94* (1980) y *Zulay, facing the 21st Century* (1989). Es sobre esta última película que Eliot Weinberger, otro experto en cine etnográfico, posará su mirada crítica¹².

Para Héctor Kohén (2005), *Hermógenes Cayo* también es la película más conocida del realizador. “El mandato ético del cine de Jorge Prelorán alcanza ahora el nivel de los procedimientos constructivos de la trama”, afirma Kohén (p. 447), debido a que el protagonista es por primera vez coautor de su representación. De esta manera, es en *Hermógenes Cayo* donde el director alcanza por primera vez a “dar voz a aquellos que no la tienen” (Kohén, 2005, p. 447).

Prelorán, el fonosonólogo

“Restituyendo la palabra ausente las películas [de Prelorán] cuestionan los discursos fundantes de una identidad nacional”, afirma Kohén (2005, p. 440). El realizador muestra otra Argentina, en la que desaparecen los relatos que habían ido tapando la voz de aquellos que no la tenían. “Neutralizar el efecto corrosivo” sobre la memoria de las culturas argentinas es, según este autor, la principal tarea que han encarado los filmes de Prelorán (Kohén, 2005, p. 440). Asimismo, para Ruffinelli (2003):

El toque personal de Prelorán tiene que ver con que en vez de interpretar “desde afuera” intenta dar voz a sus individuos, ceder de alguna manera el medio (el cine) para que estos se expresen, en un esfuerzo para mostrar esa cultura “desde adentro” (Ruffinelli, 2003, pp. 173-174).

Esta es una apreciación que se repite en varios de los estudios retomados en este trabajo: Prelorán ha hecho el esfuerzo de dejar hablar a sus protagonistas, es decir, expresar desde adentro de la cultura del retratado aquellos patrones y elementos que lo caracterizan.

David MacDougall (1989/1998) —uno de los que ha presentado con más fuerza la obra de Prelorán en los estudios etnocinematográficos— se muestra particularmente interesado por las etnobiografías, que “comparten muchas de las cualidades testimoniales del trabajo de Rouch¹³, pero que están más cerca de la ‘historia de vida’” (p. 130). Para este autor, también un prolífico realizador de cine etnográfico, el “estilo de filmación es en sí mismo inusual, porque consiste en la estratificación de detalles que sitúan al espectador, con una implicancia subjetiva, en el ambiente del testimoniante” (MacDougall, 1989/1998, p. 130). MacDougall valora el modo en que Prelorán presenta una cultura desde la perspectiva de uno de sus miembros. Sin embargo, en otro texto, da cuenta de la visión romántica de su colega argentino: “No necesito defender aquí a Prelorán del cargo de ‘ingenuidad’. Creo que él sabe como nadie que el realizador analiza, selecciona y finalmente construye” (MacDougall, 1994, p. 32).

Este *romanticismo*, que puede llevar en un extremo a una perspectiva ingenua, como apunta MacDougall, también es advertido por Emile de Brigard (1974/1995), pero en este caso como una amonestación a Prelorán: “Hay que tener en cuenta que aunque la audiencia pueda sentir ‘su profunda humanidad’ al ver estas películas, éstas también pueden servir para reafirmar y reforzar la hegemonía cultural europea” (pp. 63-64). Resulta algo plausible para De Brigard que las películas de Prelorán puedan ser entendidas como el testimonio de lo “atrasado”, propio de otro estadio en el desarrollo del hombre, desde una postura puramente evolucionista. Sharon Sherman (1998) también da cuenta del romanticismo propio de Prelorán, tanto en los filmes como en sus entrevistas y escritos, pero lo entiende como un fenómeno que no es estático.

Como los viejos folkloristas, está interesado en lo que sobrevive, en las “reliquias del pasado”, pero poco a poco reconoce, también como los folkloristas, que lo fascinante del folklore es su dinamismo. Documentar un momento en el tiempo en que algo está cambiando puede enseñarnos

más del folklore que una reconstrucción, un retrato romántico (Sherman, 1998, p. 155).

El romanticismo de Prelorán puede ser, según los investigadores, una carga para su obra, aunque, para MacDougall (1994), el realizador sabe bien que está en medio de fuerzas históricas, en parte determinantes, por lo que se debe “analizar a los filmes bajo esa luz” (1994, p. 32). Es decir que, con independencia del modo en que un realizador presenta su obra, esta se encuentra en medio de un campo de fuerzas de poder que hacen de ella algo diferente, más o menos, de lo que su hacedor quiso mostrar. De lo que MacDougall (1994) está seguro es de que Prelorán, en algunas circunstancias, “representa en sus sujetos la emergencia de una conciencia histórica” (p. 35). Este es un detalle no menor, en comparación con los fantasmas de la descripción estática de los sujetos populares.

Según Colombres (2005), dichos fantasmas son miedos que Prelorán fue desactivando con el incremento de su obra, en la que “la dignidad de sus resultados no es un mero producto del azar, sino de un largo conflicto consigo mismo, a medida que fue creciendo su pasión por los mundos marginales” (p. 31). En definitiva, la visibilidad que le dio a los protagonistas y comunidades que documentó iba en dirección de “empoderarlas”, en la visión de Falicov (2013), para hacerlas participar de la “esfera pública”, sin la necesidad de “adoptar abiertamente una agenda política” (p. 741).

A modo de cierre

Este trabajo ha permitido constatar que la obra de Jorge Prelorán no pasó desapercibida para los estudios académicos de cine. No se han incluido aquí las críticas y las notas de prensa, pero en principio no se puede afirmar que hayan sido pocas.¹⁴ El realizador no solamente no estuvo tan solo como algunos autores sugieren —ya que contó con colaboradores de diverso calibre en la realización de sus filmes—, sino que además el desarrollo de su filmografía ha sido acompañado por los análisis de los expertos en cine etnográfico más reconocidos en el mundo.

Los investigadores argentinos, a diferencia de los extranjeros, no inscribieron sus trabajos en el terreno del cine etnográfico, sino en el de la historia del cine nacional, con la pretensión de hacer más visible la obra de Prelorán para un público neófito. Otra diferencia es que en buena parte de los estudios escritos dentro del país, las obras y dichos del realizador se hace pasar por el tamiz del cine militante de los años setenta. Esto construyó una suerte de fundamentación sobre el porqué de su “apoliticidad” o bien de su distancia con el cine documental político. Algo así como el intento de justificar por qué *Hermógenes Cayo*, que fue finalizada en 1969, no tiene imágenes del Cordobazo¹⁵; un planteo entendible en los setenta, aunque no razonable en el siglo XXI. Por el contrario, los que estudiaron las obras de Prelorán en Estados Unidos e Inglaterra se dedicaron en exclusiva a lo etnográfico en su documentación de los sujetos populares, y dejaron de soslayo lo ausente de forma explícita: la política.

Los investigadores encontraron, en el desarrollo de la carrera de Prelorán, una suerte de progresión desde los filmes más informativos a los más poéticos; camino que encuentra en *Hermógenes Cayo* un punto de quiebre admitido por todos los especialistas. De hecho, es la obra más analizada de la filmografía de Prelorán, y es comparada con películas de Jean Rouch y Robert Flaherty, en su consideración como hitos de la antropología visual. Esa película es un jalón en su obra y sirve para cristalizar su forma de trabajo como participativa, aun cuando no todas sus producciones siguieron esta misma senda de realización con sus protagonistas.

Muchos de los escritos reseñados en este trabajo caracterizan al cine de Prelorán siguiendo una premisa esbozada por él mismo: la de “dar voz a los que no la tienen”. Los estudios hacen especial hincapié en las etnobiografías, que conforman el conjunto de filmes más metódicamente elaborados por el realizador, y que son aquellos por los que la memoria de su cine se encuentra aún encendida.

¹⁴: Para un compendio y análisis del tratamiento de la prensa argentina para con Prelorán y su obra, véase Moore (2015).

¹⁵: El Cordobazo fue un alzamiento de protestas populares realizadas en mayo de 1969 en la provincia mediterránea de Córdoba, y replicadas en otros lugares de Argentina.

Referencias

- Aitken, I. (Ed.). (2013). *The Concise Routledge Encyclopedia of Documentary Film* (pp. 740-741). Abingdon, Inglaterra: Routledge.
- Barnard, T., y Rist, P. (Eds.). (1996). *South American Cinema: A Critical Filmography 1915-1994* (pp. 50-52). Austin, TX: University of Texas Press.
- Barnouw, E. (1996). *El documental*. Barcelona, España: Gedisa. (Trabajo original publicado en 1974)
- Campo, J. (2011). El medio hostil. Fundamentos y recorridos del cine etnográfico en la Argentina. En A. L. Lusnich y P. Piedras (Eds.), *Una historia del cine político y social en Argentina. Formas, estilos y registros 1969-2009* (pp. 289-306). Buenos Aires, Argentina: Nueva Librería.
- Colombres, A. (Ed.). (2005). *Cine, antropología y colonialismo* (pp. 15-48). Buenos Aires, Argentina: Ediciones del sol.
- De Brigard, E. (1995). Historia del cine etnográfico. En E. Ardévol y L. Pérez Tolón (Eds.), *Imagen y cultura. Perspectivas del cine etnográfico* (pp. 31-73). Granada, España: Diputación Provincial de Granada/Biblioteca de Etnología. (Trabajo original publicado en 1974)
- Derbyshire, P. (2012). Imaginar en el aire: reflexiones sobre el cine de Jorge Prelorán. *Estudios sociales del noa/Nueva serie*, 12, 5-17.
- Falicov, T. (2013). Prelorán, Jorge. En I. Aitken (Ed.), *The Concise Routledge Encyclopedia of Documentary Film* (pp. 740-741). Abingdon, Inglaterra: Routledge.
- Gutiérrez, G. (1975). Prelorán: "dar voz a los que no la tienen". *Comunicación y Cultura en América Latina*, número especial, 72-82.
- Hastrup, K. (1992). Anthropological visions: some notes on visual and textual authority. En P. Crawford y D. Turton (Eds.), *Film as ethnography* (pp. 8-25). Manchester, Inglaterra: University of Manchester Press.
- Heider, K. (2006). *Ethnographic Film*. Austin, TX: University of Texas Press.
- Hockings, P. (Ed.). (1974). *Principles of Visual Anthropology*. Berlín, Alemania: Mouton De Gruyter.
- Kohen, H. (2005). La aventura del Homo Faber. El cine de Jorge Prelorán. En C. España (Dir.), *Cine Argentino, Modernidad y Vanguardias 1957-1983* (pp. 440-153). Buenos Aires, Argentina: Fondo Nacional de las Artes.
- Lewis, O. (1965). *Los hijos de Sánchez*. México D.F., México: Joaquín Mortiz.
- Loizos, P. (1993). *Innovation in ethnographic film. From innocence to self-consciousness (1955-1985)*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- MacDougall, D. (1994). Whose story is it?. En L. Taylor (Ed.), *Visualizing Theory* (pp. 27-36). New York, NY: Routledge.
- MacDougall, D. (1998). *Transcultural Cinema*, Princeton, NJ: Princeton University Press. (Trabajo original publicado en 1989).
- MacDougall, D. (2003). Beyond Observational Cinema. En P. Hockings (Ed.), *Principles of Visual Anthropology* (pp. 115-132). Berlín, Alemania: Mouton De Gruyter. (Trabajo original publicado en 1974)
- Magrassi, G. (1987). Un cineasta social visto por un antropólogo social, reportaje de Guillermo Magrassi. En J. J. Rossi (Comp.), *El cine documental etnobiográfico de Jorge Prelorán*, Buenos Aires, Argentina: Ediciones Búsqueda.
- Mahieu, J. A. (1974). *Breve historia del cine nacional*. Buenos Aires, Argentina: Alzamor Editores.
- Manrupe, R., y Portela, A. (Eds.). (1997). *Diccionario de realizadores*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones del Jilguero.
- Moore, C. (2015). Jorge Prelorán: nativo/extranjero, cineasta/ investigador, conservador/revolucionario, desconocido/vastamente conocido [Exploraciones en el archivo de un cineasta y sus contradicciones]. *Cine Documental*, 11, 75-107.
- Pérez Llahí, M. A. (2011a). La voluntad del individuo. El cine de Jorge Prelorán. En A.L. Lusnich y P. Piedras (Eds.), *Una historia del cine político y social en Argentina. Formas, estilos y registros 1969-2009* (pp. 307-312). Buenos Aires, Argentina: Nueva Librería.
- Pérez Llahí, M. A. (2011b). Las razones de Jorge Prelorán. En A.L. Lusnich y P. Piedras (Eds.), *Una historia del cine político y social en Argentina. Formas, estilos y registros 1969-2009* (pp. 97-104). Buenos Aires, Argentina: Nueva Librería.
- Rist, P. H. (2014): *Historical Dictionary of South American Cinema*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield.
- Ríos, H. (2005). El cine no etnológico o el testimonio social de Jorge Prelorán. En A. Colombres (Ed.), *Cine, antropología y colonialismo* (pp. 107-120). Buenos Aires, Argentina: Ediciones del sol.
- Rollwagen, J. (1995). La función de la teoría antropológica en el cine etnográfico. En E. Ardévol y L. Pérez Tolón (Eds.), *Imagen y cultura. Perspectivas del cine etnográfico* (pp. 325-362). Granada, España: Diputación Provincial de Granada/Biblioteca de Etnología. (Trabajo original publicado en 1988)
- Rossi, J. J. (Comp.). (1987). *El cine documental etnobiográfico de Jorge Prelorán*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Búsqueda.
- Ruby, J. (2000). *Picturing Culture. Explorations of Film & Anthropology*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Ruffinelli, J. (2003). Jorge Prelorán. En P. A. Paranaguá (Ed.), *Cine documental en América Latina* (pp. 164-178). Madrid, España: Cátedra/Festival de Málaga.
- Ruffinelli, J. (2012). *América Latina en 130 documentales*. Santiago de Chile, Chile: Uqbar Editores.
- Schumann, P. (1988). *Historia del cine latinoamericano*. Buenos Aires, Argentina: Legasa.
- Sherman, S. (1998). *Documenting ourselves. Film, Video and Culture*. Lexington, KY: The University Press of Kentucky.
- Taquini, G. (1987). Los documentales de Jorge Prelorán: un cine antropomórfico. En J. J. Rossi (Comp.), *El cine documental etnobiográfico de Jorge Prelorán* (pp. 31-42). Buenos Aires, Argentina: Ediciones Búsqueda.
- Taquini, G. (1994). *Jorge Prelorán*. Buenos Aires, Argentina: Centro Editor de América Latina.
- Urraca, B., y Kramer, G. (Eds.). (2014). *Directory of World Cinema: Argentina*. Chicago, IL: Intellect.
- Weinberger, E. (1994). The Camera People. En L. Taylor (Ed.), *Visualizing Theory* (pp. 3-26). New York, NY: Routledge.
- Filmes:**
- Chapman, A. (Productora & Directora), y Montes de González, A. (Directora). (1977). *Los onas* [Película]. Argentina: Comité Argentino del Film Antropológico.
- Cortazar, A. R. (Productor), y Prelorán, J. (Director). (1965). *Trapiches caseros* [Película]. Argentina: Programa de Relevamiento Cinematográfico de Expresiones Folklóricas Argentinas-Fondo Nacional de las Artes-Universidad Nacional de Tucumán.
- Cortazar, A. R. (Productor), y Prelorán, J. (Director). (1965). *Feria en Simoca* [Película]. Argentina: Programa de Relevamiento Cinematográfico de Expresiones Folklóricas Argentinas-Fondo Nacional de las Artes-Universidad Nacional de Tucumán.
- Cortazar, A. R. (Productor), y Prelorán, J. (Director). (1967). *Artesanías Santiagueñas* [Película]. Argentina: Programa de Relevamiento Cinematográfico de Expresiones Folklóricas Argentinas-Fondo Nacional de las Artes-Universidad Nacional de Tucumán.
- Cortazar, A. R. (Productor), y Prelorán, J. (Director). (1968). *Fiestas en Volcán Higuera* [Película]. Argentina: Programa de Relevamiento Cinematográfico de Expresiones Folklóricas Argentinas-Fondo Nacional de las Artes-Universidad Nacional de Tucumán.
- Cortazar, A. R. (Productor), y Prelorán, J. (Director). (1969). *Hermógenes Cayo* [Película]. Argentina: Programa de Relevamiento Cinematográfico de Expresiones Folklóricas Argentinas-Fondo Nacional de las Artes-Universidad Nacional de Tucumán.
- Cortazar, A. R. (Productor), y Prelorán, J. (Director). (1971). *Damacio Caitruz* [Película]. Argentina: Programa de Relevamiento Cinematográfico de Expresiones Folklóricas Argentinas-Fondo Nacional de las Artes-Universidad Nacional de Tucumán.
- Cortazar, A. R. (Productor), y Prelorán, J. (Director). (1975). *Cochengo Miranda* [Película]. Argentina: Programa de Relevamiento Cinematográfico de Expresiones Folklóricas Argentinas-Fondo Nacional de las Artes-Universidad Nacional de Tucumán.
- Hawkins, R. (Productor), Prelorán, J. (Director), y Raymen, S. (Director). (1980). *Luther Metke at 94* [Película]. Estados Unidos: University of California.
- Pallero, E. (Productor), y Birri, F. (Director). (1958). *Tire dié* [Película]. Argentina: Universidad Nacional del Litoral.
- Pallero, E. (Productor), Getino, O. (Director), y Solanas, F. (Director). (1968). *La hora de los hornos* [Película]. Argentina: Independiente.
- Prelorán, J. (Productor & Director). (1978). *Los hijos de Zerda* [Película]. Estados Unidos-Argentina: University of California.
- Prelorán, J. (Productor & Director), Prelorán, M. (Directora), Saravino, Z. (Directora). (1989). *Zulay, Facing the 21st Century* [Película]. Estados Unidos-Ecuador: University of California.
- Prelorán, J. (Productor & Director). (1983). *Mi tía Nora* [Película]. Argentina-Ecuador: Independiente.



Cine Ambassador. Montevideo, Uruguay. Foto: 1160FMHA.CDF.IMO.UY - Autor: s.d./IMO.

Cine clásico argentino: espacio, mirada y autorreflexividad. Los casos de *La trampa* y *Cosas de mujer*

Argentine classic cinema: space, look and self-reflexivity.
The cases of La trampa and Cosas de mujer

<http://dx.doi.org/10.22235/d.v0i26.1339>

Soledad Pardo

RESUMEN

Este artículo propone un replanteamiento de los cánones del cine clásico-industrial argentino a partir del análisis de dos películas del período: *La trampa* (Christensen, 1949) y *Cosas de mujer* (Schlieper, 1951). Mediante el estudio de algunas operaciones de puesta en escena se ponen de relieve la construcción de los espacios y los personajes que conducen la mirada, además de los gestos autorreflexivos que aparecen en estos dos filmes. La discusión sobre la noción misma de *cine clásico*, así como sobre las características que diversos autores le han adjudicado, permite concluir en la necesidad de revisar ese concepto.

Palabras clave: artes escénicas, historia del cine, cine clásico argentino, puesta en escena, autorreflexividad

Introducción

La historia del cine es en parte una historia de modelos de representación, entre otras cuestiones que hacen a la cinematografía. A comienzos del siglo XX el cineasta Edwin Porter comenzaba a ordenar las imágenes de sus filmes con criterios narrativos, y de ese modo, al afán de exhibir imágenes en movimiento le sumaba la voluntad de ordenarlas a la manera de un relato, con la novela y el teatro del siglo XIX como referentes (Brunetta, 1987). El director norteamericano David Wark Griffith fue quien sistematizó más adelante los elementos narrativos en el cine estadounidense (Brunetta, 1987) y dio lugar a lo que se conocería desde entonces como *cine clásico*.

Ese cine se fue desarrollando a la par de un modelo de producción industrial sostenido por un sistema de estudios, un sistema de géneros y un sistema de estrellas. A medida que el cine se alejaba del artesanato, se consolidaban sus características clásicas, que autores como Stephen Heath (1981), Jesús González Requena (1985, 1986), Vicente Sánchez-Biosca (1991), David Bordwell, Janet Staiger y Kristin Thompson (1997) asociaron con la cosmovisión renacentista y el modelo de representación que prevalecía en ese momento.

El modelo clásico-industrial, lejos de quedarse solamente en Estados Unidos, fue exportado a diversos países del mundo (Gomery, 1998). Entre comienzos de los años treinta y fines de los cincuenta, Argentina fue uno de los principales países latinoamericanos en desarrollar un modelo de producción industrial

ABSTRACT

This article proposes a rethinking of the canons of classic-industrial cinema in Argentina, from the analysis of two films of the period: La trampa (Christensen, 1949) and Cosas de mujer (Schlieper, 1951). Through the study of some of their staging operations, the construction of the spaces and the character-looks are highlighted, as well as the self-reflective gestures that appear in these productions. The discussion on the very notion of classical cinema and its characteristics, according to various researchers, allows us to conclude on the need to review this concept.

Keywords: performing arts, history of Cinema, Argentinian classic cinema, staging, self-reflexivity

para su cine, asociado a un modelo de representación clásico, en el que se fusionaron referencias al cine de Hollywood con elementos locales.

Este artículo toma como casos de estudio dos películas argentinas del período clásico-industrial: *La trampa*, de Carlos Hugo Christensen (1949), y *Cosas de mujer*, de Carlos Schlieper (1951). Se procura analizar algunas de las operaciones de puesta en escena presentes en esos filmes, con especial atención en la construcción de los espacios y los personajes que conducen la mirada (Heath, 1981). Asimismo, se pondrán de relieve los gestos autorreflexivos visibles en esas producciones. A partir de ello se reflexiona sobre la definición misma de *cine clásico* y se concluye en la necesidad de revisar ese concepto.

Algunos enfoques sobre el cine clásico

Antes de introducir el análisis de las obras seleccionadas conviene recordar los principales aportes a la teoría del cine clásico. Este breve repaso, sin ánimo de exhaustividad, permitirá dar cuenta de algunas de las características que diversos autores le han adjudicado a esta cinematografía.

En uno de los trabajos más emblemáticos y conocidos a la fecha, Noël Burch (1991) propone dos categorías: el *modo de representación primitivo* (MRP) y el *modo de representación institucional* (MRI). El primero abarcó el cine de los inicios, caracterizado, entre otras cosas, por la autarquía de los planos y la herencia teatral. El segundo, por el contrario, se caracterizó por introducir

Soledad Pardo
Universidad de Buenos Aires
Buenos Aires, Argentina
sole_pardo@yahoo.com.ar

Recepción: 29/04/2017
Aceptación: 13/06/2017

al sujeto-espectador en un espacio-tiempo imaginario, dotado de linealización y centrado. La lógica que se siguió en esta segunda clase de filmes fue la de introducción, desarrollo y desenlace. La autarquía de los planos propia del MRP se perdió, ya que en el MRI los planos se volvieron interdependientes a partir de relaciones de causa-efecto.

De acuerdo a este autor, las diversas clases de *raccord*—de dirección, de mirada—garantizaron la continuidad entre los planos y contribuyeron a centrar al espectador. Fue así como el montaje se volvió “transparente” y se ocultó la instancia de enunciación: los actores no miraban jamás a cámara y los espectadores devinieron en una suerte de *voyeurs* que espiaban una historia que parecía narrarse sola. El llamado *cine clásico* constituyó la variante principal de lo que este autor denominó MRI.¹

La obra de Vicente Sánchez-Biosca (1991), dedicada al estudio del montaje cinematográfico, también realiza aportes significativos sobre el cine clásico de Hollywood. De acuerdo a este investigador, el cine clásico norteamericano presentaba “un montaje que se resiste a serlo” (p. 111), en tanto se esforzaba por pasar inadvertido. Esa característica lo convirtió en un cine regresivo, que a pesar de haber sido contemporáneo de las vanguardias históricas se propuso “desconocer las fracturas decisivas de la modernidad, sus dramas, la pérdida de la centralidad del sujeto y la falla sobre la que se organiza el discurso de éste” (p. 112).

La uniformización y estandarización caracterizaron a esas producciones, así como el borrado del corte y el uso de la fragmentación al servicio del relato. Entre las características del cine clásico hollywoodense se encuentran, además, la frontalidad, la utilización de diversas clases de *raccord*, la reversibilidad del espacio —campo y fuera de campo no son fijos—, los movimientos de cámara en función de la diégesis y, en términos generales, la creación de un espacio que no existe en la realidad. Sánchez-Biosca (1991) advierte entonces que el lenguaje del cine clásico, que muchas veces fue considerado una suerte de lenguaje “natural”, no es sino un constructo de carácter discursivo.

El trabajo de David Bordwell et al. (1997) también resulta fundamental en el estudio del cine clásico. Estos autores sostienen que dicho modelo de representación hizo su aparición entre 1909 y 1911, y hacia 1917 ya había establecido sus premisas narrativas y estilísticas. Desde su punto de vista, el cine clásico fue el resultado de un cambio considerable en los supuestos acerca de la relación entre espectador y película: la narración pasó a colocar al primero dentro del espacio narrativo. La verosimilitud y la claridad narrativa se transformaron en las dos principales exigencias de ese cine.

Así como las producciones de los comienzos se inspiraban en el *vaudeville* y asumían que su público era equivalente al del teatro, el cine clásico se basó en la novela decimonónica. Al trabajar la gradación escalar de los planos, además, consiguió dirigir la mirada del espectador.² Los personajes presentaban un perfil psicológico bien definido y la trama completa se organizaba alrededor de un tema central. De acuerdo a estos autores la narración era omnisciente y objetiva, y por ende negaba la instancia de enunciación. Sobre la cuestión específica del espacio, Bordwell et al. (1997) afirman que este perpetuó varios preceptos de la pintura del Renacimiento, entre ellos, el centramiento. En la pintura renacentista el cuerpo humano erguido estableció uno de los principales estándares de encuadre, con el rostro ocupando la parte superior del cuadro. En el cine clásico, de igual manera, el cuerpo humano se transformó en el centro de la narración y del interés gráfico.

Dado que la imagen en el cine implica movimiento, los reencuadres funcionaron para ajustar el cuadro de manera permanente. Para estos investigadores, en el cine clásico el centrar fue tan importante como el equilibrar: ambos procedimientos daban forma al desarrollo de la historia para el espectador. Asimismo, la frontalidad típica de la representación renacentista constituyó una característica fundamental de ese cine. La puesta en escena de la profundidad espacial a partir del uso de la perspectiva del Renacimiento fue lo que unió más fuertemente al cine

clásico con el modelo de representación del siglo XV. “Centrado, equilibrio, frontalidad y profundidad: todas estas estrategias narrativas nos animan a interpretar el espacio filmico [clásico] como espacio de la historia”, sostuvieron los autores (Bordwell et al., 1997, p. 59).

El trabajo de Stephen Heath (1981)³, por otra parte, ahonda en la cuestión de la representación cinematográfica clásica del espacio y señala algunos aspectos interesantes. Ante todo, recuerda que la relación del filme con el mundo es una relación de representación, y esta última es un asunto de discurso. De este modo, son las operaciones discursivas las que deciden el funcionamiento de un filme. Según este autor, el cine clásico heredó códigos del Quattrocento, en especial la perspectiva, que en efecto fue introducida en Italia en el siglo XV. Esa técnica, cuyo objetivo es retratar objetos tridimensionales en una superficie plana, requiere un espectador inmóvil que se asome al cuadro como si fuese a través de una ventana, lo que genera una imagen del mundo centrada y armónica. Desde el siglo XV, entonces, la “ventana”—el lienzo en la pintura, la pantalla en el cine—delimita y sostiene una visión.

Ahora bien, para Heath (1981), el ideal de una posición fija en un centro abarcador único es precisamente eso: un ideal. Y, de hecho, se trata de un ideal muy poderoso: el autor remarca el valor político de la noción clásica de centramiento. El sistema del Quattrocento ofreció una representación del mundo que con el tiempo se naturalizó y pasó a ser interpretada como la traducción de la realidad misma, cuando evidentemente se trataba de una construcción. La narrativización, con la consecuente organización general del filme como una unidad orgánica, propuso una idéntica transparencia en el discurso, que —escondido—desconoció sus operaciones. Según este investigador, hubo un elemento fundamental en la construcción de la unidad espacial en el cine clásico: la presencia de un personaje-mirada; una figura que articula la composición general en la medida en que regula el mundo, orienta el espacio y provee direcciones al espectador.

Los aportes de Jesús González Requena (1985, 1986, 2006), por último, han sido igualmente significativos para el conocimiento de las características del cine clásico de Hollywood. Este autor se ha dedicado durante décadas a indagar en el canon clásico y sus respectivas transformaciones, que lo llevaron a postular también la existencia de un cine *manierista* y de un cine *posclásico*.

Desde su punto de vista, el cine clásico de Hollywood —desarrollado durante las décadas del veinte, treinta y cuarenta—estuvo caracterizado “por constituir un sistema de representación nacido al calor de la revolución democrática norteamericana y configurado como el único gran conjunto de relatos míticos desarrollado en el campo del arte a lo largo del siglo XX” (González Requena, 2006, p. 1). De acuerdo a este autor, a partir de los años cincuenta el cine clásico producido en los Estados Unidos comenzó a mostrar signos de resquebrajamiento, como lo demostraron algunas películas de Douglas Sirk, Joseph Mankiewicz, Vincente Minnelli, Elia Kazan y John Houston, entre otros directores. Esas producciones fueron nombradas entonces como *manieristas*, en la medida en que no rompían completamente con el modelo clásico, pero sí incluían una serie de procedimientos que lo alejaban de este.

Considerando los aportes de estos investigadores, se presenta a continuación el estudio de la puesta en escena de las películas *La Trampa* y *Cosas de mujer*. Como ya fue mencionado, el análisis se centra en la construcción de los espacios y los personajes que conducen la mirada, así como en los gestos autorreflexivos presentes en cada producción. Si, tal como sostiene Heath (1981), todo filme es “un drama de visión” (p. 25), es cuestión entonces de acercarse a las películas con el afán de estudiar la construcción de aquello que es visible en ellas.

Representación y puesta en abismo: *La trampa*
Dentro del panorama de las películas argentinas producidas y estrenadas durante el período clásico-industrial, *La trampa* y *Cosas de mujer* son casos interesantes por diversos motivos. El primero de estos filmes, dirigido

3:: La traducción al español de las citas de Heath (1981) en este artículo fue realizada por Vanina Leschziner para la cátedra “Análisis de Películas y Crítica Cinematográfica”, de la carrera de Artes (Universidad de Buenos Aires).

1:: Las categorías de MRP y MRI fueron luego criticadas, sobre todo porque implicaban una idea de “evolución” que postulaba al MRI como el modelo más acabado. Sánchez-Biosca (1990), por ejemplo, criticó a Burch por considerar al MRI el modo más pleno y el referente desde el que comparar otros modos. Por su parte, Bordwell et al. (1997) criticaron el uso del término “primitivo” por su carácter peyorativo.

2:: El término *plano* designa, en una de sus acepciones, modos típicos de distancias de encuadre. Eso da lugar a una escala en la que se encuentran, por ejemplo, el plano general, el plano americano, el plano medio y el plano detalle. Para una definición precisa de estos términos, véase Russo (2005).

por Carlos Hugo Christensen, fue protagonizado por Zully Moreno y Jorge Rigaud, dos célebres intérpretes de la época. Por aquel entonces la actriz era una figura central de la productora Argentina Sono Film —donde se había consagrado con *Dios se lo pague* (Amadori, 1948)—y fue cedida en préstamo a los estudios Lumiton para su participación en la película de Christensen (Posadas, 2009). El actor, también conocido como George Rigaud, contaba asimismo con una vasta experiencia cinematográfica, que había adquirido en Francia, Italia y Argentina⁴.

El argumento de *La trampa* se centra en la figura de Paulina Figueroa (Moreno), una joven solitaria que se instala en la ciudad de Buenos Aires al morir su severo padre. Al cumplir 25 años, según relata una voz *over*, Paulina se sentía diez años mayor y ya había renunciado a toda esperanza de amor. Su única actividad social era asistir a las reuniones de la Asociación Moral Femenina, institución de la que era miembro. Una tarde, sin embargo, lee en un diario un anuncio de búsqueda matrimonial y decide escribirle al hombre en cuestión, Hugo Morán (Rigaud). Tras conocerse personalmente, Paulina se casa con Hugo y se muda con él a la localidad bonaerense de Tigre. La transformación de su vida parece perfecta, hasta que descubre que ha sido víctima de una trampa: Hugo no es más que un cazafortunas que no vacilará en asesinar a quien se interponga en sus planes.

Siguiendo los planteos de Heath (1981), si se busca al personaje que dirige la mirada en la película, se encuentra sin dudas a Paulina. Ella genera en los espectadores la identificación que los impulsa a ver el mundo desde su cristal. La figura de Paulina guía al público a lo largo de todo el filme: la cámara la sigue de manera permanente y la ubica la mayoría de las veces en el centro del cuadro. La composición de los planos, a su vez, ayuda a entender el universo de este personaje. Tras saber, por ejemplo, que ella ha sido víctima de un padre dominante, puede verse un retrato de él colgando en una pared de su casa. A continuación, se aprecia su reflejo en el espejo al que ella se acerca para mirarse. Es decir que, al querer verse a

sí misma, Paulina encuentra involuntariamente el rostro de su padre, con toda la carga simbólica que eso conlleva.

Apenas unos segundos después, a través de sus acciones, Paulina vuelve a brindar indicios de su personalidad que resultan interesantes por su conexión con la cosmovisión clásica. La joven se dispone a salir de su hogar y pasa junto a una mesa redonda. Ni bien la pasa de largo, retrocede sobre sus pasos: ha notado que el objeto que la adorna, una especie de fuente, está descentrado. Paulina lo acomoda entonces con dedicación y lo ubica en el centro de la mesa circular. Se trata de un gesto que puede parecer menor, pero no deja de ser significativo: el círculo es la figura emblemática del clasicismo, que se caracteriza por el equilibrio en sus proporciones y por tener un único centro, del cual todos sus puntos son equidistantes. La elipse, por el contrario, es la figura propia del barroco, que desequilibra la proporción del círculo al presentar dos centros (Sarduy, 1974). Con un gesto tan pequeño como el de acomodar un objeto en el centro del círculo, Paulina deja en claro su visión de mundo.

A pesar de que es ella quien guía principalmente a los espectadores, no está sola en la tarea de construir el hilo conductor del relato. Su personaje se complementa con una voz *over* que permite conocer los detalles más íntimos de su vida. Se trata de una voz omnisciente que informa y da las coordenadas necesarias para comprender cómo funciona el universo diegético del filme. Frases como “[Paulina] se convirtió en uno de esos seres silenciosos que contemplan melancólicos el desfile de la felicidad ajena”, orientan al espectador a la hora de entender el perfil psicológico del personaje. La cámara trabaja como refuerzo de esta voz en cada ocasión. Ambas se enlazan en una exhibición redundante de la vida de Paulina: mientras la voz explica sus características, se ve en la pantalla la ilustración literal de aquello que se dice. El recurso es habitual en el cine clásico, tal como advierte Heath (1981):

[En el cine clásico-narrativo] el énfasis está puesto siempre en la unidad del sonido y la imagen, y la

voz es el punto de esa unidad: a la vez subordinada a las imágenes y enteramente dominante en el espacio dramático que abre en ellos (p. 34).

En cuanto a la construcción de los espacios, la tradicional oposición campo-ciudad, muy frecuente en el cine clásico y en particular en el melodrama, se representa en *La trampa* a través del binomio localidad provincial-Capital Federal. Paulina pasa de la “jungla de piedra” (así define la voz *over* a la ciudad de Buenos Aires) a la localidad bonaerense de Tigre, donde el sofocante subterráneo es reemplazado por las lanchas que surcan el amplio río. La soledad de la gran urbe se representa a través de planos generales de rascacielos y esquinas superpobladas, en donde los sujetos adquieren un tamaño minúsculo en comparación a los grandes edificios. La angulación picada de la cámara resalta aún más la pequeñez de los individuos que habitan la enorme metrópolis —y, por cierto, desequilibra la posición central del espectador, al tiempo que evade la transparencia enunciativa: es imposible no notar el punto de vista de la cámara al estar ubicada en esa posición. En la localidad de Tigre sucede lo opuesto: todos los sujetos tienen rostros reconocibles, los vecinos se conocen y se saludan entre sí. Pero a diferencia de lo que suele ocurrir en los melodramas tradicionales, la tranquila localidad de provincia no es el espacio de la inocencia que se opone a los peligros de la gran ciudad. Por el contrario, será el escenario de la trampa que da título al filme.

La película, por otra parte, se torna por momentos fuertemente autorreflexiva, haciendo guiños al espectador que funcionan como anticipos de lo que ocurrirá después. Al poco tiempo de comenzado el filme, por ejemplo, Paulina conversa con una compañera de la Asociación Moral Femenina. Hablan de la posibilidad de ir al cine, y su amiga le comenta la trama de una cinta en la que “al final, la Bergman termina despedazada en la chimenea”. Paulina, poco convencida por ese argumento, asegura que “eso es muy del cine americano... esas cosas no suceden en la vida real”. Más adelante, Paulina aconseja

a su marido sobre las lecturas que le convendría hacer para mejorar su oficio de escritor. “Deberías leer novelas policiales”, le dice. “La incauta protagonista se casa con un desconocido... Hace su testamento y poco después muere en un lugar solitario, como la leñera, por ejemplo... Ves, amor mío, ya tienes un argumento para tu próxima novela”, agrega. Más adelante aún, Mario (Carlos Thompson), un vecino enamorado de Paulina, comenta su trabajo como oficial de la gendarmería y explica que “perseguir a un asesino no es un juego tan apasionante como lo describen en el cinematógrafo”. La referencia al cine dentro del cine, así como la presentación de relatos en el marco mismo de un relato, constituye un juego de puesta en abismo que deja al descubierto el carácter de constructo de la representación.

A partir de esos gestos autorreflexivos, ciertos espacios específicos se cargan de sentido. La amiga de Paulina menciona una chimenea al comienzo del filme, tras lo cual se mostrará numerosas veces la de la casa del matrimonio Morán. Las llamas, de hecho, en más de una oportunidad quedan en el centro del plano y siembran el suspenso entre el público, que ya ha escuchado nombrar a la chimenea a propósito de un crimen. La leñera, por otra parte, es también un sitio que se resemantiza a partir de la historia que se le ocurre contar a Paulina y que concluye con una muerte en ese lugar. Desde ese momento, las sospechas del público apuntarán a la leñera del matrimonio, donde en efecto ocurrirá el desenlace del filme, con cadáver incluido. Así, la ficción dentro de la ficción deviene en realidad —diegética, por supuesto— cuando el relato imaginario que se le ocurre a Paulina termina siendo prácticamente su propia historia. Por otro lado, si el espectador presta atención a los créditos del comienzo, cargará aún más de sentido a ese lugar, dado que se informa que el guion de la película está basado en la novela de Anthony Gilbert *Algo horrible en la leñera*.⁵

Se trata, entonces, de un filme particularmente interesante para el análisis que aquí se propone. Si bien en líneas generales responde a las características que di-

⁴ En Francia, Rigaud actuó en *Quatorze Juillet* (Clair, 1933) y *Divine* (Ophüls, 1935); en Italia, participó en *Abbandono* (Mattoli, 1940) y en Argentina fue parte de producciones como *Vidas marcadas* (Tinayre, 1942) y *Dieciséis años* (Christensen, 1943).

versos teóricos e historiadores del cine les han adjudicado a las producciones clásicas, *La trampa* permite advertir algunos matices. Su estructura general remite al clasicismo de modo bastante claro, pero el gesto autorreflexivo que pone en evidencia el código y señala el carácter de constructo de la película desafía a la concepción unívoca de ese modelo. A ello se le suma la eventual ubicación de la cámara en posiciones poco habituales para el modelo clásico y el ocasional desequilibrio en las proporciones. Tal es el caso de la relación entre personas y edificios al comienzo del filme o el de otro de los planos del comienzo, que muestra a Paulina recorriendo tiendas, donde toda su figura queda oculta tras un secador de cabello en un salón de belleza. La introducción de un espejo, aunque de modo muy fugaz, también contribuye a cuestionar la lógica del clasicismo. Como explica González Requena (1985):

Así en el texto clásico... la escritura nombra la “realidad”, nunca a sí misma. El lenguaje se presenta, entonces, no ya como un problema, sino como una evidencia. Y el texto se pretende espejo de las “realidades” que lo llenan. Precisamente por ello en las escrituras clásicas no se nombran los espejos. Su voluntad de borrar la distancia que separa la representación de lo representado para así imponer la ilusión del encuentro directo con el Referente (que es el nuevo nombre de la verdad en la era tecnológica) es incompatible con la ambigüedad que en la representación introduce la presencia de un espejo. Un texto que se quiere espejo no puede introducir un espejo en su interior pues, de hacerlo, la situación especular quedaría inmediatamente denunciada (p. 88).

Por último, la inversión de la lógica de significación espacial propia del género melodrama —en el filme la ciudad es el lugar de la moral, mientras que los suburbios provincianos son el terreno de la corrupción y la delincuencia— juega con las expectativas del público y le recuerda que todo género está compuesto por convenciones que, al fin y al cabo, se pueden romper.

Un desafío a la cuarta pared: *Cosas de mujer*

El segundo filme que aquí analizamos, *Cosas de mujer*, presenta algunas similitudes con *La trampa*. La película fue dirigida por Carlos Schlieper para Interamericana-MAPOL y estelarizada por la dupla Zully Moreno-Ángel Magaña, quienes ya habían conformado una pareja de ficción en *Nunca te diré adiós* (Demare, 1947). Alejándose del tono melodramático que había primado en el filme de Demare, los intérpretes protagonizan esta vez una comedia, estructurada sobre la inversión de los roles femenino y masculino.

El argumento gira en torno a Cecilia (Moreno), una exitosa abogada para la cual no hay casos judiciales imposibles, y Edmundo (Magaña), su marido, quien se siente abandonado y descuidado por una esposa que sabe mucho más de códigos y artículos que de pañales y cocina. A Cecilia la llaman “doctor Valdés” porque su familia esperaba un varón cuando nació. Desilusionados por haber tenido una niña, no dudaron en dirigirse a ella como si fuera un hombre y llamarla “doctor” en lugar de “doctora” una vez que se recibió de abogada. Cecilia es una profesional implacable, fría y exigente. Su marido, por el contrario, es mucho más laxo y dependiente, reclama a su esposa un poco de atención y se ocupa de las tareas del hogar tradicionalmente asociadas a la mujer, como el cuidado de los hijos, las compras en el almacén y la organización del personal doméstico. Cuando a Cecilia se le ocurre hacer algo “típicamente femenino”, como encargarse de los trajes a la modista, Edmundo se desespera y afirma: “¡a veces mi mujer tiene ideas de mujer!”.

La culpa de la “masculinización” de Cecilia es atribuida al hecho de que ella trabaja. La solución temporaria al problema es el abandono de la profesión, cuestión a la que ella accede tras los ruegos de su marido. Luego de un tiempo, y tras reflexionar nuevamente, la pareja llega a una solución definitiva que desencadena el final feliz: Cecilia retoma su profesión, pero se compromete a no abandonar su rol de madre y esposa. A partir de ese momento, se dedicará de manera equitativa al trabajo y al hogar.

Como puede observarse, el criterio narrativo impera en la película y la conforma como una unidad orgánica que responde a la lógica de introducción, desarrollo y desenlace de un tema. La estructura clásica de cosmos-caos-cosmos (es decir, de estabilidad inicial, posterior quiebre del equilibrio y su recuperación final) se cumple a rajatabla. Otros procedimientos de puesta en escena, como la representación en perspectiva, el centrado de las figuras y la puesta en práctica de diversas clases de *raccord*, resultan igualmente funcionales a la narrativización.

El filme, sin embargo, también constituye un caso notable en el contexto del cine clásico argentino, porque la historia que presenta está enmarcada por una suerte de prólogo y epílogo que se alejan de lo que se supone que es la lógica clásica más estricta. En ambos casos, al principio y al final, Cecilia mira a cámara y relata su historia en primera persona, interpelando al espectador. Al principio comenta brevemente su vida y dice que es una vida feliz, pero que no siempre lo fue. Acto seguido invita al público a remontarse en el tiempo y conocer los pormenores de su matrimonio y su vida laboral. A partir de allí comienza a desarrollarse la historia de la pareja. Al final, se cierra el *flashback* con una nueva imagen de Cecilia mirando a cámara. Ella entonces hace unos comentarios finales a los espectadores para el desenlace completo de la historia.

De esa manera, el borrado de las marcas de enunciación que se supone característico del cine clásico se anula momentáneamente, al comienzo y al final de la película. La clásica “ventana al mundo” que invita al espectador a asomarse y observar, se torna de pronto en espejo que devuelve la mirada. El lugar de los espectadores pasa a ser directamente interpelado, en un cruce de miradas que atraviesa el cristal de la pantalla. Se disuelve de ese modo lo que, en teatro, a propósito de la planta escénica italiana tradicional, se ha llamado *cuarta pared*: aquella que separa el mundo de la representación del lugar donde habitan los espectadores. Así, el espacio de la representación se funde con el de los observadores.

Por otro lado, y retomando a Heath (1981), si se busca identificar a los personajes que dirigen la mirada en la película, aparecen dos niveles. En un primer nivel puede ubicarse a Cecilia, encargada de inaugurar y clausurar el relato dirigiéndose a los espectadores de modo directo, al explicar quién es ella y en qué consiste su historia. Pero en un segundo nivel, una vez que la historia se remonta en el tiempo gracias al *flashback* que se desencadena, los personajes que conducen la mirada son Cecilia y Edmundo, de manera alternada. En un principio, de hecho, es él quien guía al espectador, más que ella. Mientras Edmundo acapara la pantalla, Cecilia aparece siempre corriendo de un lugar a otro porque su trabajo se lo exige. La cámara construye la idea de abandono al mostrara Edmundo solo en el cuadro, mientras su mujer sale sistemáticamente fuera de los planos.

El fuera de campo es el espacio de Cecilia durante buena parte del filme. Luego, ella va ganando protagonismo y los espectadores logran acceder de cerca a su universo, muy marcado por su profesión. La cámara muestra entonces a Cecilia en su estudio, o en su propia casa manteniendo reuniones laborales con socios. El espacio de Edmundo, por el contrario, es la casa, pero en el sentido más hogareño: el tiempo que pasa allí está siempre dedicado a la vida familiar. Y a pesar de que él también trabaja, el lugar físico donde lo hace no tiene representación visual. Edmundo menciona su trabajo, pero los espectadores nunca llegan a ver ese espacio en la pantalla.

La inversión de los roles masculino y femenino dentro del sistema de personajes implica sin duda un juego con las expectativas de los espectadores, construidas a partir de convenciones genéricas. A ello se le suma el hecho de que el relato está enmarcado por la explicitación de la relación observadores-observados, propia del cine como espectáculo visual. La combinación de ambas características crea una fisura en el supuesto orden perfecto del modelo clásico que, a pesar de mantenerse en pie, llama la atención por estas eventuales “desviaciones”.

5:: Publicada originalmente en 1942 con el título *Something nasty in the woodshed*.

Conclusiones

Tras un breve recorrido por los principales estudios sobre el cine clásico y por estas dos obras, se puede afirmar que tanto *La trampa* como *Cosas de mujer* son filmes cuya estructura básica responde a lo que diversos teóricos e investigadores han denominado *cine clásico*. El estudio en detalle de esas películas, sin embargo, permite advertir la presencia de operaciones de puesta en escena que desafían las características de ese cine, como el desequilibrio en las proporciones, la ruptura de convenciones genéricas, la mirada a cámara de los personajes, la ausencia de frontalidad, la referencia al propio medio cinematográfico y la explicitación de la instancia de enunciación. En ambos casos, los puntos de vista de los narradores, tanto los implícitos como los explícitos, se tornan repentina y momentáneamente visibles. De esta manera, desafían la pretendida “transparencia” del cine clásico.

Estos filmes permiten pensar, entonces, en la necesidad de producir conceptualizaciones más complejas acerca de las características del cine clásico producido en América Latina, que contemplen los diversos matices desarrollados con el correr del tiempo. Otras películas argentinas de la época, como *Hay que educar a Nini* (Amadori, 1940), *El fabricante de estrellas* (Romero, 1943), *Eclipse de sol* (Saslavsky, 1943) o *La cabalgata del circo* (Soficci, 1945) presentan características similares a las de *La trampa* y *Cosas de mujer*. Esto demuestra que fueron varias las producciones del período que mostraron elementos autorreflexivos, en cuyo estudio es preciso ahondar.

En este punto pueden resultar valiosas las observaciones de González Requena (2006) respecto del cine clásico hollywoodense y sus transformaciones. El investigador propone la categoría de *cine manierista* para aquellas producciones que, sin quebrar completamente la lógica clásica, presentan signos de corrimiento. De ese modo, afirma lo siguiente:

Creemos oportuno hablar de manierismo para nombrar estas nuevas formas de escritura cinematográfica, pues su posición con respecto al modelo

clásico es notablemente próxima a la del manierismo histórico frente al canon clásico renacentista: no solo vigencia, sino incluso perfeccionamiento sofisticado de los procedimientos formales introducidos por los clásicos; pero, a la vez, alejamiento y desconfianza creciente hacia el universo simbólico —y el orden de valores— de aquellos. Si el texto clásico —renacentista o hollywoodiano— se centra sobre el acto nuclear del relato mitológico que representara, los textos manieristas, en cambio, sin prescindir todavía totalmente de esos relatos, tienden, en cambio, a desplazar de su centro ese acto —el acto necesario del héroe en el que cristalizaba el sentido del relato—, para focalizarse sobre un acto de una índole del todo diferente: el acto de escritura, el alarde formal de un cineasta que anota así su distancia —y su emergente descreimiento— hacia el sentido que emana del relato que enuncia (González Requena, 2006, p. 5).

Otros autores, como Carlos Losilla (2003) y Eduardo A. Russo (2008), también han manifestado en los últimos años su interés por la revisión del concepto de cine clásico. Losilla se dedica específicamente al cine clásico de Hollywood y señala las limitaciones de los enfoques tradicionales sobre ese cine, en particular los de Bordwell et al. (1997) y Burch (1991). Reflexionando sobre los trabajos de estos investigadores, el autor afirma:

David Bordwell, en *El cine clásico de Hollywood*, legitima el estilo “clasicista” e incluso le otorga un período dinástico (1930-1960), sin apenas preocuparse por las distintas corrientes subterráneas que transitan ese vasto océano. Del mismo modo que los cinéfilos han inventado el Hollywood de la nostalgia, el mundo académico ha hurgado en su chistera para dar forma a un cine clásico entendido como sistema cerrado de escritura, la variante principal de lo que Noël Burch llamó Modo de Representación Institucional. Incapaz de ajustarse a esos baremos, el cine americano de

esa época es multiforme y variado, incluso pone en duda que alguna vez existiera en su seno un canon clásico (Losilla, 2003, p.12).

Russo (2008), por otro lado, se propone como objetivo “interrogar algunas formas, estilos y funciones que en el campo del cine han sido, y suelen serlo aún, considerados clásicos” (p. 11). El autor señala asimismo la frecuencia con la que los investigadores se refieren al cine clásico cuando en realidad suelen abocarse al estudio puntual del cine clásico de Hollywood. Es por ello que decide centrar su trabajo tanto en el cine norteamericano como en otras cinematografías del mundo, entre las que se cuentan la alemana, la soviética y la japonesa.

Tanto los aportes de González Requena (1985, 1986, 2006) como los de Losilla (2003) y los de Russo (2008) pueden resultar valiosos para repensar el concepto mismo de *cine clásico* en el contexto latinoamericano, un área geográfica frente a la cual los investigadores de ese cine hasta el momento se han mostrado esquivos. El estudio de *La trampa* y *Cosas de mujer*, desarrollado en el presente artículo, ha intentado dar un paso en esa dirección.

Referencias

- Bordwell, D., Staiger, J., y Thompson, K. (1997). *El cine clásico de Hollywood*. Barcelona, España: Paidós.
- Brunetta, G. P. (1987). *Nacimiento del relato cinematográfico. (Griffith 1908-1912)*. Madrid, España: Cátedra.
- Burch, N. (1991). *El tragaluz del infinito*. Madrid, España: Cátedra.
- Gomery, D. (1998). El nacimiento de Hollywood y los primeros magnates. En *Historia general del cine EEUU (1908-1915)*, Vol. II (pp. 57-81). Madrid, España: Cátedra.
- González Requena, J. (1985). En los límites del cine clásico: la escritura manierista de Douglas Sirk. *Eutopías*, 1(1-2), 87-105.
- González Requena, J. (1986). *La metáfora del espejo. El cine de Douglas Sirk*. Valencia, España: Instituto de Cine y Radio-Televisión.
- González Requena, J. (2006). *Clásico, manierista, posclásico. Los modos del relato en el cine de Hollywood*. Valladolid, España: Castilla Ediciones.
- Heath, S. (1981). Narrative space. En *Questions of cinema* (pp. 19-75). Bloomington, IN: Indiana University Press.

- Losilla, C. (2003). *La invención de Hollywood. O cómo olvidarse de una vez por todas del cine clásico*. Barcelona, España: Paidós.
- Posadas, A. (2009). Zully Moreno. En *Damas para la hoguera* (pp. 1-34). Buenos Aires, Argentina: Fondo Editorial ENERC-INCAA.
- Russo, E. (2005). *Diccionario de cine*. Buenos Aires, Argentina: Paidós.
- Russo, E. (2008). *El cine clásico. Itinerarios, variaciones y replanteos de una idea*. Buenos Aires, Argentina: Manantial.
- Sánchez-Biosca, V. (1990). *Sombras de Weimar. Contribuciones a la historia del cine alemán, 1918-1933*. Madrid, España: Verdoux.
- Sánchez-Biosca, V. (1991). *Teoría del montaje cinematográfico*. Valencia, España: Filmoteca de la Generalitat Valenciana.
- Sarduy, S. (1974). *Barroco*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Sudamericana.

Filmes:

- Amadori, L. C. (Director). (1940). *Hay que educar a Nini* [Película]. Argentina: Argentina Sono Film.
- Amadori, L. C. (Director). (1948). *Dios se lo pague* [Película]. Argentina: Argentina Sono Film.
- Clair, R. (Director). (1933). *Quatorze Juillet* [Película]. Francia: Filmes Sonores Tobis.
- Christensen, C. H. (Director). (1949). *La trampa* [Película]. Argentina: Lumiton.
- Christensen, C. H. (Director). (1943). *Dieciséis años* [Película]. Argentina: Lumiton.
- Demare, L. (Director). (1947). *Nunca te diré adiós* [Película]. Argentina: Artistas Argentinos Asociados.
- Mattoli, M. (Director). (1940). *Abbandono* [Película]. Italia: Società Anonima Grandi Film.
- Ophüls, M. (Director). (1935). *Divine* [Película]. Francia: Eden Productions.
- Romero, M. (Director). (1943). *El fabricante de estrellas* [Película]. Argentina: Lumiton.
- Saslavsky, L. (Director). (1943). *Eclipse de sol* [Película]. Argentina: Estudios San Miguel.
- Schlieper, C. (Director). (1951). *Cosas de mujer* [Película]. Argentina: Interamericana-MAPOL.
- Soficci, M. (Director). (1945). *La cabalgata del circo* [Película]. Argentina: Estudios San Miguel.
- Tinayre, D. (Director). (1942). *Vidas marcadas* [Película]. Argentina: Estudios Baires.



Feria de la calle Yaro. Montevideo, Uruguay. Año 1920. Foto: 1471FMHB.CDF.IMO.UY - Autor: s.d./IMO.

Sacamuelas y charlatanes, pioneros de la publicidad y la propaganda

Quacks and charlatans, promoters of advertising and propaganda

<http://dx.doi.org/10.22235/d.v0i26.1386>

Antonio Laguna Platero

RESUMEN

El propósito de este artículo es dar cuenta de la figura del sacamuelas como pionero de la publicidad y la propaganda. Este personaje era un charlatán que realizaba espectaculares curaciones y vendía remedios y tónicos milagrosos en plazas públicas, hasta bien entrado el siglo XX. A partir de la revisión de periódicos y revistas de la época, se analiza el papel de la plaza como escenario de espectáculos que tenían al dolor como uno de sus principales protagonistas, y se repasan las historias y fórmulas de persuasión de algunos de estos charlatanes. Este artículo permite concluir que muchas de las técnicas empleadas por los sacamuelas, ya fuera al momento de presentarse ante su público o para anunciarse en la prensa, sentaron precedentes fundamentales para el desarrollo de la publicidad moderna y de la propaganda política.

Palabras clave: persuasión, publicidad, propaganda, comunicación

Introducción

La figura del sacamuelas, presente en todas las plazas de pueblos y ciudades hasta bien entrado el siglo XX, ha estado vinculada a la historia de la profesión odontológica. Sin embargo, su relación va más allá y entronca con la figura del vendedor ambulante, la del embaucador y charlatán que consigue vender productos y remedios que no sirven para nada, mediante el engaño y la mentira. Todo ello gracias a sus habilidades oratorias, a la puesta en escena impactante que logra con sus atuendos llamativos, a la música que lo acompaña y, finalmente, a los recursos que utiliza para ganar la confianza del auditorio.

Vendedor de quimeras como remedios para la salud, productos para la belleza o tónicos para la impotencia, el sacamuelas constituye un precedente fundamental de la publicidad moderna, de la comunicación política actual y del marketing de ventas.

La plaza como escenario, el dolor como mensaje¹

En los paisajes urbanos de Europa y en Estados Unidos, en un lapso de tiempo tan extenso como el que marca la evolución de la propia urbe, una escena se repite cotidianamente: un personaje llamativo, subido en un banco o mesa —de ahí el nombre de saltimbanqui— llama la

ABSTRACT

The purpose of this article is to account for the figure of the quack as a pioneer of advertising and propaganda. This character was a charlatan who performed spectacular cures and sold miraculous remedies in public squares, well entered the twentieth century. From the review of newspapers and magazines of the time, the role of the square as a stage of spectacles that had pain as one of its main protagonists is analyzed, and the stories and formulas of persuasion of some of these charlatans are reviewed. This article allows to conclude that many of the techniques used by the quacks, whether in the moment of appearing before their public or when they announced their services in the press, set fundamental precedents for the development of modern advertising and political propaganda.

Keywords: persuasion, advertising, propaganda, communication

atención de los lugareños y les promete solucionar sus problemas bucales. A continuación, ya sea subido a caballo para asegurar una extracción rápida, ya sea tirando de las tenazas conocidas como “pelicano” con todas sus fuerzas, acomete el siguiente acto, que provoca tanta expectación como miedo, pues es imposible no sentir el dolor del afectado. Por último, con la pieza extraída en el pico de las tenazas, y cuando el público todavía sigue impactado por lo ocurrido, el sacamuelas pone a la venta productos milagrosos de origen lejano y fórmula secreta.

Sacamuelas, doctores, adivinadores, curanderos... en definitiva, charlatanes que hacen de la persuasión su herramienta de trabajo fundamental. Su historia, tan cercana a la literatura popular, deja un importante rastro acerca de un espectáculo público que juega con el dolor, la necesidad o la credulidad humana y que precede a figuras básicas de la comunicación actual, como el publicista o el propagandista.

La extracción de muelas fue uno de los espectáculos más populares hasta el siglo XIX, ya que integraba en un mismo acto tres perspectivas impactantes: un drama propiciatorio, pues todos acababan tarde o temprano padeciendo el mismo mal; un número de feria, donde operación y venta se dan la mano; y una ejecución

Antonio Laguna Platero
Universidad de Castilla la Mancha
Cuenca, España
antonio.laguna@uclm.es

Recepción: 28/04/2017
Aceptación: 06/06/2017

¹: Este trabajo es resultado del proyecto de investigación: “Cambios en la empresa periodística: la estrategia del sensacionalismo. Su emergencia histórica en España y América”. Proyecto I+D+I, código CSO2015-66667-R (MIMECO-FEDER).

judicial (Kunzle, 1992, p. 32). Sería entonces lo más parecido al ritual institucionalizado del dolor, ya fuese en forma de ejecución, auto de fe o castigo público, al tiempo que entroncaría con otros espectáculos de vida y muerte, tales como la recreación de la pasión y muerte de Cristo, la de sus seguidores santificados, o las mismas corridas de toros.

Javier Moscoso (2011) propone cinco grandes grupos de representaciones protagonizadas por el dolor: “el contexto teológico, la actividad bélica, el ámbito punitivo, la representación anatómica... la práctica de la medicina” (p.17). Aunque interesa esta última, se puede comprobar que todos comparten un mismo reparto de papeles: el reo o mártir como protagonista del dolor; el ejecutor o verdugo, auxiliado de una *mise-en-scène* donde destaca el artificio que provoca la muerte –se llame horca, guillotina, hoguera, cruz, garrote vil, espada, hacha–; la autoridad o poder, que ofrece un mensaje tan unívoco como contundente acerca del orden vigente y la necesidad de expiar los pecados en público; y, para acabar, el público, que observa las consecuencias de desafiar al poder, ya terrenal ya espiritual, o se regocija con los efectos del dolor en persona ajena. No se entra, por lo tanto, en las formas más recientes de utilización del dolor como mensaje propagandístico que, en el caso de grupos terroristas, se ha convertido en un recurso habitual.

Se escapan las razones psicológicas o de otra índole que explicarían por qué estos actos públicos atrajeron (o atraen) la atención de las personas. Pero lo cierto es que el espectáculo del dolor ha sido (y es) uno de los planteamientos sensacionalistas que más público atraen, se llame como se llame el evento, trate de lo que trate. Y, por supuesto, el dolor ocupa uno de los lugares preeminentes en la jerarquía de lo que se considera noticia por parte de los medios, incluso mucho antes de la irrupción del periodismo de masas. Así, las crónicas taurinas, que se suceden en la prensa española a lo largo del siglo XIX, no solo describen los caballos muertos en la plaza, los

efectos de las banderillas de fuego sobre los animales o las heridas causadas en el torero por las astas, sino que una y otra vez destacan el grado de asistencia al evento y el poder de atracción que tiene este espectáculo, como publicara *El Clamor Público* el 6 de julio de 1852:

Tan desmedida y loca es la afición que se ha desarrollado en toda España por las fiestas de toros, que se nos figura haber retrocedido a los tiempos de la dominación sarracena o al venturoso reinado de Carlos II (“Toros”, 1852)².

El espectáculo taurino implica el pago de entrada, pero hay otros que son gratuitos, como las ejecuciones públicas. Las crónicas de ajusticiamientos que recoge la prensa de la primera mitad del siglo XIX, además de retratar las causas de la condena, siempre concluyen con la confirmación del gran número de espectadores que se daba cita: “Ayer fue ahorcado en esta Antonio Caro, alias Jaramalla: murió impenitente, y dejando consternado al numeroso concurso que asistió a este horrible espectáculo” (“Murcia 7 de marzo”), escribía el *Diario Balear* en su edición del 9 de abril de 1826.

La ejecución en Londres de dos famosos asesinos, como relata *El Correo* del 6 de enero de 1832, provoca una avalancha humana:

Se levantó el cadalso en la plaza de Old-Baylei con fuertes barreras para contener la multitud que se aumentaba por instantes: los tejados mismos estaban llenos de gente, y se llegó a pagar por una ventana hasta cinco guineas. Desde las seis de la mañana aguardaba el gentío en la plaza; se rompió la barrera y cayeron con ella muchas personas (“Ejecución de dos famosos asesinos”, 1832).

Algo similar ocurre en París, en 1835, durante una ejecución mediante guillotina de tres condenados: fue tal la asistencia de espectadores que obligó a intervenir a un

destacamento de caballería para abrir paso. En otro caso ocurrido un año después, también en París, la previsión de una elevada asistencia había llevado a la autoridad a mentir sobre la hora de la ejecución³. Por concluir con un ejemplo de fines del siglo XIX, 10.000 personas se congregaban en Bilbao para presenciar la ejecución de un reo (“Ejecución capital”, 1896).

En ocasiones, el reo utilizaba el derecho a la última palabra para dirigirse al público y reiterar su inocencia, su fe o sus ideas. Es el caso de Pablo Iglesias, regidor constitucional del Ayuntamiento de Madrid, que antes de ser ejecutado por garrote en la plaza madrileña de la Cebada, se dirigió al público allí congregado y dijo: “os encargo que vuestro último aliento sea libertad o muerte” ([Artículo de periódico], 1835). También el de un bandido famoso, Luis Candelas, que cuando ya estaba con la argolla al cuello pidió hablar “y dirigiéndose al inmenso pueblo que estaba observando sus movimientos, dijo con voz firme... Adiós, patria mía, sé feliz” (“Variedades”, 1837).

Las intervenciones públicas de los comunicadores ante un auditorio, en su inmensa mayoría, cobran forma de espectáculo, al menos en una de las acepciones básicas que le atribuye el *Diccionario de la Lengua Española*: “atraer la atención y mover el ánimo infundiéndole deleite, asombro, dolor u otros afectos más o menos vivos o nobles” (Real Academia Española, 2014). Esto lo advierte Debord (1999) cuando afirma que, “bajo todas sus formas particulares, información o propaganda, publicidad o consumo directo de diversiones, el espectáculo constituye el modelo presente de la vida socialmente dominante” (p.39). Y lo ratifica el amplio repertorio de acontecimientos comunicativos que se han producido en las plazas urbanas desde su aparición como herederas del foro romano.

Tal como afirma Gómez Mompert (2008, pp. 35-43), muchos estudiosos han señalado cómo la ciudad –y en especial su centro neurálgico– fue clave en el desarrollo de la comunicación en sus diversas modalidades: física

y social, simbólica y expresiva, oral y escrita. Desde la arquitectura civil o religiosa, pasando por la ubicación de las instituciones de poder, las reuniones cotidianas de vendedores y compradores, los ritos religiosos y paganos, las fiestas y las celebraciones y, por supuesto, los espectáculos donde el dolor, el sufrimiento y la muerte constituyen un aspecto más de la vida urbana, de la historia de las personas que habitan la ciudad y la comparten.

Resulta ilustrativo el hilo de conexión que se establece entre la plaza, los animales y el sufrimiento, como fórmula exitosa para la venta de entradas y la asistencia de público. En primer lugar, se destacan los reñideros de gallos, que eran tan visitados por el combate como por las apuestas que generaban⁴. A mediados del siglo XIX también era frecuente cerrar una plaza urbana para celebrar un “combate entre fieras” o contratar por cifras elevadas la plaza de toros para llevar a cabo espectáculos con animales. El 4 de mayo de 1849, *El Clamor Público*, narraba cómo unos empresarios habían pagado 17.000 reales por el alquiler de la plaza de toros de Madrid para enfrentar al “Tigre real de Mr. Charles” con un toro (“Variedades”, 1849). En otra ocasión, el enfrentamiento se produjo en la plaza de Vitoria, entre un elefante y un toro (“Vitoria 20 de setiembre”, 1863). Todo ello, además de recordar al antiguo circo romano, conduce al espectáculo que une su nombre al de la plaza, y que llega a nuestros días envuelto en debate por recrearse en el dolor. El político liberal Segismundo Moret lo calificaba de esta manera:

Por si el corazón no se ha endurecido bastante con los autos de fe, ahí queda el circo de toros; y ahí veréis salir la fiera y afrontarla el hombre; y cuando en la lucha este es el vencido, aquella multitud de los tendidos lanza un grito horrorizada, pero no por eso deja de mirar con ojos espantados, para no perder el más pequeño detalle, y sentir la última de las sensaciones y embriagarse con el vapor de la sangre derramada (Moret, 1886, p. 30).

²: “El público, que con sobrada afición acude siempre a estos sangrientos espectáculos, había sido engañado por la autoridad, sin duda de intento, sobre la hora de la ejecución” (“Carta de nuestro corresponsal”, 1836).

³: De acuerdo con las primeras estadísticas, a comienzos de 1860 había en España 48 “circos gallísticos” (“Variedades”, 1863).

²: Se ha modernizado la grafía en las citas que aparecen a lo largo de este artículo.

La plaza, por lo tanto, no es solo un embrión de lo que Habermas (1997) cataloga como “esfera pública” (p. 41). Constituye también, por decirlo en palabras de Thompson (1998), una “institución mediática” (p. 25), esto es, el primer ámbito físico de relación social e intercambio de contenido simbólico. De aquí que una gran parte de la historia discurra en estos escenarios urbanos, lugar preferente de batallas, de revoluciones, de demostraciones de poder, de ejecuciones rutinarias o ejemplificadoras, pero también de ferias y mercados, de actividades económicas que necesitan de la comunicación para crecer y progresar. Y, por lo mismo, un espacio de cita cotidiana donde barreras y normas se tornan ambiguas y difusas (Martín-Barbero, 1991, p. 75).

En este peculiar escenario es donde, precisamente, un transgresor de lo establecido cobra relevante protagonismo desde bien temprano. Es un actor, un vendedor, un curandero, un timador y muchas cosas más, aunque en todos los países se le ha identificado con el nombre de charlatán o sacamuelas, por ser esta última actividad la más celebrada. Sus actuaciones son siempre públicas, ante un auditorio al que promete algo tan extraordinario como la salud, la belleza o la operación sin dolor, y todo ello a cambio de unas pocas monedas.

El charlatán de las plazas, que vende agua milagrosa a los incautos bajo promesas de extraordinarias curaciones, sienta cátedra en la escuela de la persuasión política al poner en práctica unas dotes comunicativas que abarcan la capacidad de interpretar el papel de sabio doctor, la habilidad de aparentarlo mediante la puesta en escena, y una arrebatadora facilidad de palabra. No sorprenderá entonces que algunos autores califiquen a estos charlatanes como pioneros del teatro⁵, que sean catalogados como padres de la publicidad o que el político y el charlatán sean muchas veces confundidos por autores de caricaturas, folletines, novelas y obras de teatro.

Charlatanes y sacamuelas, en todo tiempo y en todo lugar

Charlatanes brillantes y faceciosos de la plaza de la Bastida, de Hyde Park y de Whitechapel; de la Puerta de Atocha y de la Puerta Capuana; voceadores de teatro Guignol del Jardín del Luxemburgo y del paseo de Rosales; vendedores de hierbas, de lápices, de relojes, de dentífricos, de sacacorchos, de anillos para el paraguas y del mejor juguete para el niño; ilustres sacamuelas que amenizáis todavía las calles... a todos os saludo con la simpatía de un paseante en cortes y de un auténtico papanatas (Baroja, 1933, p.5).

La figura del charlatán puede situarse en cualquier ciudad y país desde el siglo XIII hasta bien entrado en siglo XX. Con las diferencias propias del tiempo y el lugar, el cuadro coincidiría con este que se describe en la plaza de Turín:

Por toda la plaza hay apresuramiento y mescolanza rumorosa, un hacer y deshacer continuo de corros alrededor de los coches de sacamuelas, de vendedores de específicos, de rascadores de violín, de proclamadores de encantos, de charlatanes melenudos que cuentan historias de delitos delante de cuadros enrojecidos de sangre, de titirimundis, elevados en medio de la nieve... ([Artículo de periódico], 1889).

De la importancia del fenómeno —vale decir, de la abundancia de charlatanes a lo largo del tiempo y de su presencia en multitud de plazas— se puede dar una idea aproximada a través de una gran cantidad de testimonios o de producciones culturales. El charlatán será protagonista directo o secundario en obras de teatro, novelas, poemas y hasta en óperas y zarzuelas. Su vida y milagros inspirarán a pintores y escultores. Desde retratos flamencos del siglo XVII, pasando por alguno de los caprichos que Goya pintara a fines del siglo XVIII o

los retratos sociales de Leonardo Alenza, el sacamuelas aparece como protagonista de una escena donde el dolor de uno motiva la curiosidad de muchos. Y no olvidemos que, según descubrió el investigador Javier Escudero a partir de un documento hallado en el Archivo Diocesano de Cuenca, *El Quijote* estaría inspirado en Agustín Ortín, un hijo bastardo de caballero que vivió muy cerca de El Toboso a fines del siglo XVI y que ejercía de barbero y sacamuelas (citado en Rosado, 2016).

La razón del protagonismo de este personaje estriba, en buena medida, en el impacto que genera el espectáculo que dirige. Son diversos los testimonios que destacan la enorme concurrencia de público que lograban los sacamuelas más destacados. La publicación francesa *La Sylphide*, de 1855, publicaba:

El charlatán, incluso hoy en día, goza de un enorme crédito entre las masas: así como suena su grueso tambor en la ciudad, todas las personas, ricas y pobres, se apresuran a salir de sus casas, de sus ocupaciones, y a toda prisa se juntan alrededor del creador de la panacea. Nunca orador en el podio, actor sobre las tablas, fue escuchado con un silencio tan religioso (Cellié, 1855, p. 25; traducción propia).

En la misma época, otro periódico señalaba que los berlineses, en sus días de fiesta o feria, acudían a los jardines de Charlottenburg para divertirse con las actuaciones de “saltimbanquis, gigantes, enanos, perros adiestrados, sacamuelas charlatanes... Es verdaderamente una asamblea popular, aunque sea empero necesario advertir que no se ventilan en ella los negocios del Estado” (“Berlín”, 1849). En 1850, la plaza de San Antonio de Cádiz se llenaba todos los días para presenciar la actuación de un sacamuelas a caballo.

En 1891, la prensa se hizo eco del caso de Mr. Sequah, un “profesor inglés” que todas las noches aparcaba su

carro en la Plaza de la Independencia de Madrid donde, “no por centenares, por miles se cuentan las personas que todas las noches acuden” a presenciar las operaciones que realiza “tanto en la boca de los pacientes como en los miembros reumáticos” (“Noticias locales y generales”, 1891). Tal éxito de convocatoria le permitía luego vender su loción antirreumática de forma masiva.

La dimensión del personaje no es solo cuantitativa, sino que también destaca su cualidad comunicativa, lo que ha dado lugar a que muchos fuesen noticia por la habilidad de sus operaciones o por la extravagancia de sus técnicas. Entre los diversos casos que han pasado a la historia, bien por la dimensión de sus actuaciones, bien por la narración que han legado terceros⁶, se pueden destacar dos especialmente significativos: la del charlatán Mantaccini —famoso por sus actuaciones en París, pero, sobre todo, por su arriesgada campaña en Lyon— y la del Grand Thomas, un sacamuelas arquetípico.

El primero de ellos, perteneciente a una rica familia, dilapidó en pocos años su patrimonio y, ante la perspectiva de la mendicidad, decidió hacerse charlatán. La prensa informó que se había comprado una librea de oro, un carro espléndido, para iniciar su gira con el título de doctor Mantaccini, “el que cura todas las enfermedades con un solo toque, una simple mirada”⁷. Llegado a Lyon, se anunció en las esquinas de la ciudad con un cartel que rezaba: “célebre doctor Mantaccini, que resucita a los muertos a voluntad”, una propuesta que concretó en su primera actuación pública al proclamar que resucitaría a los muertos enterrados en el cementerio local en los últimos diez años.

La declaración no solo provocó una alarma generalizada en la ciudad, sino que fomentó la venta de un elixir regenerador inventado por él mismo. Llegado el día señalado para el experimento, su ayudante le pidió huir y evitar el fracaso, a lo que Mantaccini le contestó que este no sabía nada de la condición humana. En efecto, antes

6:: Uno de los charlatanes más destacados fue José Bálsamo (Palermo, 1743-¿?), que se hizo famoso en Francia e Inglaterra como Alexandro, Conde de Cagliostro. Convertido por Alejandro Dumas en protagonista de sus novelas por entregas *Memorias de un Médico* y *El Collar de la Reina*, ampliamente reproducidas por la prensa española, su intensa y extraordinaria vida dio lugar a todo tipo de historias y recreaciones. Entre otras, se puede citar la realizada por Bram Stoker (1910, pp. 80-94).

5:: “Antes de 1400, el arte dramático en Francia todavía era ignorado. Las únicas actuaciones que se conocían entonces eran las de los charlatanes (...) Los charlatanes, junto con sus colegas de misterios, fueron los precursores del teatro en Francia” (Cellié, 1855, p. 25; traducción propia).

de iniciar la marcha al cementerio, empezó a recibir peticionarios que le ofrecían dinero a cambio de no resucitar a sus muertos: primero fue un rico señor, que había perdido a su esposa, pero que ahora se había casado con otra y era muy feliz; luego una viuda joven, que iba a contraer matrimonio el día después; dos hijos cuyo padre era un avaro y no aprobaría sus gastos actuales... Y así una larga lista de vecinos de Lyon que le pagaron importantes cantidades para que sus muertos quedaran exentos del regreso. Finalmente, el alcalde en persona le prohibió hacer el experimento dado “el alboroto y confusión que reinaba en la ciudad... y la terrible revolución que vuestro experimento ha de producir en toda familia” (“Mantaccini The Charlatan”, 1839).

La hazaña de Mantaccini fue narrada por numerosos periódicos de medio mundo, en especial norteamericanos e ingleses. Sin embargo, nada comparable al charlatán que más público atrajo en el siglo XVIII, el Grand Thomas. Instalado en el Pont Neuf de París, destacaba su ropaje, una túnica turca de escarlata y oro; su gran medallón dorado con el sol; su largo sable de 6 pies y, sobre todo, su descomunal sombrero. Forrado de plata maciza, el sombrero estaba decorado a un lado con los escudos de armas de Francia y al otro con un sol; coronado con un globo y un gallo cantando: medía cerca de 50 centímetros y superaba el kilo y medio de peso (Chevalier, 1880, p. 69). Su carro era una gran plataforma, cubierta con una especie de toldo, donde llevaba a cabo las extracciones, proclamadas como indoloras. Su compañía estaba compuesta por un portaestandarte —que abría el camino al carro y hacía las veces de ayudante en las extracciones—, un tambor, un trompeta y dos ayudantes de ventas. Una de sus ayudantes, a la que llamaba Mme. Rogomme, era la encargada de enjuagar la boca de los pacientes con el *eau-de-vie*, una bebida creada por él mismo a base de mucho alcohol (Bachelin, 1938, pp. 29-30).

La capacidad del Grand Thomas para provocar la atención no tenía límites. Es famosa la celebración que, en setiembre de 1929, llevó a cabo con motivo del nacimiento del delfín del rey. A base de hacer sonar la trompeta y el bombo, organizó una especie de manifestación desde París a Versalles para felicitar a los reyes, al tiempo que ofrecía comida y servicios de extracción y blanqueo de dientes gratis a todos los participantes. Sus extracciones eran todo un ritual: el paciente se arrodillaba, abría la boca y cerraba los ojos, al tiempo que era sujetado por el ayudante. A continuación, “y aplicando todas las fuerzas sobre la mandíbula inferior, lo levantaba de la tierra (se dice) con la fuerza de un toro, hasta que conseguía el resultado” (Fournel, 1863, p. 311 ; traducción propia). Grand Thomas ejerció su oficio durante 25 años y tras su muerte, el 19 de marzo de 1757, dejó a sus herederos 55.900 libras de plata y una casa:

Ciertamente no se puede considerar una fortuna, incluso en 1757; pero esto tiende a probar que el comercio no dejaba de ser rentable, y que el Grand Thomas unió a sus diversos méritos el gusto por el orden y la economía (Chevalier, 1880, p. 73 ; traducción propia).

Los sacamuelas siguieron ejerciendo su oficio en las plazas y lugares públicos hasta bien entrado el siglo XIX. A partir de entonces, por la competencia con el comercio regular y para sobreponerse a las normas e intentos de regulación que comportó la consolidación del Estado liberal burgués —ya fuese en el ámbito de la farmacia o de la venta callejera—, una parte reducida de ellos se instaló en clínicas, denominadas genéricamente como consultorios dentales, y cambiaron la parafernalia del carro, la trompeta y el tambor por los anuncios en la prensa. Pero otra gran mayoría siguió ejerciendo la venta pública mediante espectáculos que atraían la atención de propios y extraños⁸. A fines de siglo era frecuente encontrar en la prensa denuncias sobre la enorme cantidad de charlatanes que se podían encontrar en las plazas principales:

En la Plaza Mayor y la de Santa Cruz⁹ se encuentran a diario grandes corros de gente, alrededor de su coche simón o de un tablado forrado de percalinas, donde cualquier Doctor vestido de frac, de americana o blusa, expende al público líquidos, ungüentos y pastas que sirven para curar todo, desde el dolor de muelas hasta las enfermedades del hígado, sin dejar de valer para quitar manchas y estirpar los callos. Y estos Doctores exhiben para justificar unos diplomas, enseñan para comprobar lo que pregonan botellas llenas de lombrices, y para demostrar su pericia sacan, en un momento, cuantas muelas se prestan a su gatillo destructor (“Los sacamuelas”, 1894).

En pleno siglo XX, con una medicina oficial que reclama poner fin al intrusismo, la vida de los sacamuelas se hace más complicada. Tienen que pedir licencia de ocupación de la vía pública y pagar el correspondiente arbitrio por ejercer la venta. En Valencia, “con el fin de que desaparezca la plaga de sacamuelas y curanderos que inundan la vía pública”, la Junta Municipal acuerda en 1921 imponer un arbitrio de 1000 pesetas diarias a los sacamuelas y charlatanes que actuaban en la vía pública y 1.500 si lo hacían con carruaje, una cantidad muy elevada con fines claramente disuasorios (“Ayuntamiento”, 1921).

Lo curioso es que algunos médicos y farmacéuticos, al tiempo que exigían el fin de esta competencia, no dudaban en imitar sus métodos de captación de clientes. Un artículo de la revista *La Esfera*, del 29 de junio de 1929, destacaba cómo un consultorio médico madrileño había fletado “un mail coach de colores chulones, que cargado de médicos y medicinas recorrió media España” (Herrera, 1929). También la publicidad provocativa y sensacionalista de los charlatanes se convirtió en un recurso cada vez más utilizado por los médicos que apostaban por la creación de clínicas privadas.

Pioneros de la publicidad y la propaganda

Vender y convencer fueron las necesidades de los sacamuelas para sobrevivir. Vender y convencer son los objetivos fundamentales que definen tanto a la publicidad como a la propaganda. La conexión parece más que evidente. Estamos, por tanto, ante un comunicador cuyo éxito pasa por convencer a sus auditorios para que crean lo que dice y adquieran lo que vende. Un comunicador que tiene que descubrir todos los recursos comunicativos posibles para lograr su fin; un agente social que divisa y desarrolla el principio básico de la publicidad que mueve el sistema de mercado y que prelude la propaganda política en el manejo de los recursos persuasivos.

Estos personajes fueron los grandes impulsores de una publicidad que muy pronto se generalizó en las páginas de los periódicos, con anuncios que reflejaban en el papel las mismas claves provocativas y espectaculares desarrolladas en la comunicación oral. Si se analiza la oferta de anuncios que más presencia tuvieron en la prensa española desde sus inicios, a mediados del siglo XIX, aparecen tónicos, jarabes, elixires y otros remedios que los charlatanes vendían en la calle y que ahora lo hacían a través del correo si el anuncio lograba su fin de captar la atención. Un artículo del *Boletín de Medicina, Cirugía y Farmacia* del 24 de octubre de 1852 lo advertía con toda elocuencia:

Es muy cierto: el charlatanismo, indígena [sic] de todos los países, reina aquí como soberano de algunos años a esta parte y va invadiéndolo todo. Los periódicos y las esquinas se llenan diariamente de anuncios y carteles de charlatanes doctores, y de doctores y no doctores charlatanes en que ofrecen al público prodigios; en la última plana de los periódicos se ven multitud de anuncios de remedios secretos cuya venta prohíben las leyes (Méndez, 1852).

⁹: Estas plazas están ubicadas en Madrid, España.

⁷:: El resumen de la historia de Mantaccini fue realizado a partir de una traducción propia de la crónica aparecida en el periódico londinense *Vindicator* (“Mantaccini The Charlatan”, 1839).

⁸:: El mismo Pío Baroja (1933) se declara “admirador de los espectáculos callejeros, y, sobre todo, de los charlatanes ambulantes” (p. 5), al tiempo que confesaba que su infancia estaba salpicada de recuerdos ligados a estos personajes.

El charlatanismo había pasado a la prensa en forma de campañas publicitarias plagadas de tretas y engaños, pero también de recursos espectaculares para seguir atrayendo la atención y lograr sus objetivos. Se trataba de fabricar espectáculos de masas para vender de forma industrial. En este terreno, el personaje más reconocido era el norteamericano Phineas Taylor Barnum (1810-1891) quien, tal y como afirmaba *La Ilustración Católica* el 15 de abril de 1891 tras conocerse su muerte, “era algo más que un hombre; era un símbolo” (Salcedo, 1891, p. 107).

La prensa popular, pero muy especialmente la sensacionalista, no hubiese sido posible sin las andanzas y creaciones de Barnum, tildado como “el príncipe de los embaucadores”¹⁰. Su capacidad para organizar espectáculos que provocasen la admiración de periódicos y lectores era similar a la desplegada para vender todo tipo de medicinas milagrosas con el aval de políticos y celebridades. Buscaba provocar la noticia en los medios con cualquier ocurrencia, por ejemplo, al afirmar que tenía a la mujer más vieja del mundo, con 171 años “acreditados”. Esta mujer, llamada Tia Joice, era una esclava que había comprado por 500 dólares. Exhibida en un barracón de feria con notable éxito de público, le proporcionó unas ganancias de 11.000 dólares. Cuando falleció, en enero de 1836, dos médicos le realizaron una autopsia que arrojaba una edad de 80 años. A la mañana siguiente, *The Sun* publicaba en destacado “Fin de una mixtificación”. Sin embargo, *The New York Herald* sorprendió a todos al afirmar que Tia Joice no había muerto y que el diario de Gordon Bennet se había inventado la noticia. La intensa polémica que siguió entre ambos periódicos, animada incluso con unas bofetadas entre sus directores, fue ampliamente seguida por los lectores (“Los millones de Barnum”, 1899).

Pero, sobre todo, el principal recurso de Barnum era utilizar los reclamos publicitarios como herramienta básica de comunicación, algo en lo que gastaba miles para recaudar millones. “Mi especialidad ha sido siempre sembrar los

dólares entre los que disponen del anuncio, para recogerlos a mi vez a cientos” (citado en Checa, 2007, pp. 56). La revista médica británica *The Lancet*, una de las más prestigiosas en su género, había llegado a calificar los anuncios de estos personajes como: “obscenos, que profesan revelar secretos, que excitan la curiosidad de algunos, y que apelan al temor de los demás” (citado en [Artículo de periódico], 1864; traducción propia).

Esta era una calificación compartida por sectores médicos y religiosos, que no entendían cómo la prensa podía prestarse a semejante negocio. Pero los editores, más allá de lo que predicaran en sus medios, nunca se preguntarían por el origen de uno de sus principales ingresos. Todo lo contrario: el director y administrador de *The Independent*, Hamilton Holt, en una conferencia pronunciada en 1911 en la cátedra de Ética Comercial de la Universidad de California, no tenía ningún reparo en reconocer la aportación.

En 1860, la publicidad estaba en mantillas, y las Revistas de entonces se negaban a prestar sus páginas al reclamo. Los primeros que forzaron la trinchera fueron los charlatanes, autores y vendedores de específicos. Ellos, que han vivido siempre de la imbecilidad humana, han sido los primeros en demostrar que basta afirmar, afirmar continuamente, lo más fuerte que se pueda, una cosa cualquiera, para hacer creer lo más inverosímil (citado en Araujo, 1911, p. 188).

La otra gran aportación de estos charlatanes al universo de la comunicación radica en las fórmulas de persuasión. De aquí la estrecha relación que en la época del parlamentarismo se produjo con la comunicación política, coronada con la sentencia de “mentir más que un sacamuelas” y que tanto juego dio a la prensa satírica. Se podría decir que la comunicación política y el marketing, en lo que a fórmulas de convencimiento se refiere, tienen a más de un charlatán como progenitor.

De hecho, si se repara en cualquier manual sobre estrategias persuasivas, se encuentra que muchas de ellas ya fueron puestas en práctica por estos personajes. Por ejemplo, todas las tretas empleadas para potenciar la credibilidad de la fuente. Atributos como la competencia, la pericia, la titulación, la presencia física o los avales de los comunicadores son citados como condicionantes básicos del resultado. Un emisor que disfruta de un nivel de credibilidad alto compensa a menudo las debilidades del mensaje. Lo primero que hacían los vendedores ambulantes del siglo XVIII y XIX, al presentarse ante sus auditorios, era mostrar sus credenciales en forma de títulos y diplomas de supuestos estudios o de teóricos reconocimientos obtenidos. Entre los numerosos ejemplos, se puede citar el de Julián Martínez, que se presenta como:

Cirujano dentífico de SS. MM. y AA.¹¹, premiado en París y Londres y otras exposiciones: Tiene el honor de ofrecer al ilustrado público de esta culta y morigerada población sus filantrópicos servicios de dentificación garantizados con el estudio y la experiencia de una larga carrera dentro y fuera de España (Navarro, 1886, p. 338).

La figura del ayudante resultaba fundamental a la hora de iniciar la función y “formar el corro” o reunir al público. Tras hacer sonar una campana u otro instrumento, realizaba juegos de magia: el más demandado era el de comerse la estopa ardiendo y arrojar humo por la boca. Al terminar, anunciaba la presentación del conde, del duque o del doctor, con todos los títulos y honores imaginados, que irrumpía en escena haciendo reverencias y dedicando elogios “a la hidalguía y caballerosidad del público” (“Los antiguos charlatanes”, 1922).

A modo de conclusión

El objetivo básico del sacamuelas de plaza, como el del predicador que sermonea desde el púlpito o el político que lo hace desde la tribuna, consiste en convencer recurriendo a una comunicación eficaz. De esta forma,

mucho antes que la teoría, ya se desarrollaba la práctica. A través de la palabra, pero también de la imagen y el sonido, los sacamuelas ponían en práctica distintas estrategias para conseguir sus objetivos. Por ejemplo, recurrían a testigos que afirmaban con su presencia los efectos del producto que se pretendía vender o exponían con dibujos el antes y el después del consumo del remedio que se ofertaba. El fin, como se deduce, la idea era asociar el mensaje a imágenes positivas, lo que los psicólogos denominan un condicionante clásico.

Los recursos que empleaban para captar la atención son toda una lección de cómo utilizar contextos condicionantes. Como de si un artista se tratase, su entrada en la plaza se destacaba mediante el uso de diferentes instrumentos musicales, desde el tambor hasta la corneta. El carro en el que se movían, casa y tienda al tiempo que escenario, jugaba también un papel central. De hecho, un sacamuelas francés se hizo célebre por el descomunal carro que utilizaba para sus actuaciones por las calles de París:

De mayores proporciones que los wagones [sic] más grandes de las líneas férreas. El carruaje o, mejor dicho, la casa móvil sobre ruedas, se compone de cuatro compartimentos: el primero sirve al dentista para anunciar al público los prodigiosos remedios que posee; el segundo es la cocina donde se prepara la comida del numeroso personal que le acompaña; el tercero es un magnífico gabinete con espejos, butacas, canapés y otros muebles de lujo, destinado a los pacientes que quieren ser operados, y el cuarto una alcoba dispuesta con elegantes comodidades. El piso superior le compone una azotea, en la que van los músicos que tocan apenas concluye el dentista de hablar al público. El exterior está pintado con los colores nacionales, y cuatro magníficos caballos negros tiran de la suntuosa vivienda del sacamuelas en cuestión (“Sección de hechos varios”, 1867).

¹¹:: Abreviatura de “sus majestades y altezas”.

¹⁰:: Un artículo con motivo del 125 aniversario de su nacimiento también se hacía eco del estreno en los cines de Madrid de una película biográfica: “*the biggest showman on earth*—el más colosal exhibicionista de la Tierra” (“Barnum, príncipe de los embaucadores”, 1835).

Sus vestimentas solían ser elegantes a la par que llamativas, sus adornos exagerados y opulentos. Algunos abusaban de los adornos y bisuterías para dar a entender su pertenencia a una posición social superior y, de paso, provocar el equívoco de que su motivación era puramente filantrópica. Otros cifraban su éxito en el impacto de sus artefactos, presentados como el último descubrimiento de la ciencia.

También el tono y la forma en que se comunica el mensaje son factores importantes. En términos generales, se valoran como persuasivos los mensajes poco complejos, con una información simplificada y directa, contruidos a base de silogismos, frases hechas, incluso refranes. Pero tratándose de productos milagrosos que debían curarlo todo, o de extracciones molares en vivo que no debían provocar dolor al paciente, los sacamuelas fundamentaban su otra identificación, la de charlatanes, combinando el mensaje preciso y simple —la finalidad curativa del producto— con la utilización de una argumentación recargada, reiterativa y plagada de términos y vocablos tan desconocidos para los receptores como, muy posiblemente, para los que los pronunciaban. Esta estrategia de hablar y hablar, utilizando datos o argumentos desconocidos para la audiencia, volvía a confirmar la importancia de la predisposición del público a creer que aquello que ofertaba aquel señor podía ser la solución a sus problemas de salud.

En definitiva, las habilidades comunicativas de estos singulares protagonistas de la comunicación pública entroncan a la perfección con el posterior desarrollo de la propaganda planificada. La idea de impacto, de simplificación del mensaje y de sustituir palabras por imágenes espectaculares, que identifican las formas y modos de actuar los sacamuelas, marcaron prácticamente totalidad de los medios y formas de la propaganda puestos en marcha a partir del siglo XX.

Referencias

- [Artículo de periódico]. (13 de diciembre de 1835). *El Eco del Comercio*. Recuperado de <http://hemerotecadigital.bne.es/issue.vm?id=0003054401>
- [Artículo de periódico]. (24 de enero de 1889). *La Justicia*, p. 35. Recuperado de <http://hemerotecadigital.bne.es/issue.vm?id=0030244625>
- [Artículo de periódico]. (3 de diciembre de 1864). *Hertford Mercury and Reformer*. Recuperado de <http://www.britishnewspaperarchive.co.uk>
- Araujo, F. (1911). Revista de Revistas. *La España Moderna*, 23(267), 179–205. Recuperado de <http://hemerotecadigital.bne.es/issue.vm?id=0002497643>
- Ayuntamiento. Los presupuestos. (21 de febrero de 1921). *La Correspondencia de Valencia*. Recuperado de <http://prensahistorica.mcu.es/es/>
- Bachelin, H. (1938). Chateaubriand et la Sylphide (II). *Le Courier d'Epidaure. Revue médico-littéraire*, 2, 18–30.
- Barnum, príncipe de los embaucadores. (17 de agosto de 1835). *El Sol*, p. 4. Recuperado de <http://hemerotecadigital.bne.es/issue.vm?id=0000557347>
- Baroja, P. (12 de febrero de 1933). Los charlatanes ambulantes. *Ahora*, p.5. Recuperado de <http://hemerotecadigital.bne.es/issue.vm?id=0029945626>
- Berlín. (10 de febrero de 1849). *Gazeta de Puerto Rico*, p. 4. Recuperado de <http://chroniclingamerica.loc.gov/lccn/2013201074/1849-02-10/ed-1/>
- Carta de nuestro corresponsal. (18 de julio de 1836). *El Español*. Recuperado de <http://hemerotecadigital.bne.es/issue.vm?id=0003475482>
- Cellié, E. (1855). Le Charlatan. *La Sylphide*, p. 25. Recuperado de: <http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k61277759.item>
- Checa, A. (2007). *Historia de la publicidad*. La Coruña, España: Netbiblo.
- Chevalier, A. (1880). *Mémoires de la Société de l'histoire de Paris et de l'Ile-de-France*. París, Francia: Imprimerie G. Daupley-Gouverneur.
- Debord, G. (1999). *La sociedad del espectáculo*. Valencia, España: Pretextos.

- Eguizábal, R. (1998). *Historia de la publicidad*. Madrid, España: Eresma.
- Ejecución capital. (30 de diciembre de 1896). *La Época*. Recuperado de <http://hemerotecadigital.bne.es/issue.vm?id=0000619264>
- Ejecución de dos famosos asesinos ingleses. (6 de enero de 1832). *El Correo*. Recuperado de <http://hemerotecadigital.bne.es/issue.vm?id=0026262545>
- Fournel, V. (1863). *Tableau du vieux Paris. Les spectacles populaires et les artistes des rues*. París, Francia: E. Dentu.
- Gómez Mompert, J. L. (2008). Investigar la comunicación y la cultura en el siglo XX. En X. López, R. Aneiros, y M. Pérez, *A comunicación no seu tempo* (pp. 35–56). Santiago de Compostela, España: Consello da Cultura Galega.
- Habermas, J. (1997). *Historia y crítica de la opinión pública*. Barcelona, España: Gustavo Gili.
- Herrera, S. (29 de junio de 1929). En torno de las curaciones. Charlatanismo, milagrería y medicina. *La Esfera*, p. 33. Recuperado de <http://hemerotecadigital.bne.es/issue.vm?id=0003336379>
- Kunzle, D. (1992). El arte de sacar muelas en los siglos XVII y XIX: ¿De martirio público a pesadilla privada y lucha política?. En M. Feher, R. Naddaff, y N. Tazi (Eds.), *Fragments para una historia del cuerpo humano* (pp. 28–89). Madrid, España: Taurus.
- Los antiguos charlatanes. (4 de diciembre de 1922). *La Correspondencia de España*. Recuperado de <http://prensahistorica.mcu.es/es>
- Los millones de Barnum. (15 de abril de 1899). *Ilustración Católica de España*, pp. 12–13. Recuperado de <http://hemerotecadigital.bne.es/issue.vm?id=0003740773>
- Los sacamuelas: su intrusión en España. (16 de agosto de 1894). *El Siglo Futuro*, p. 1. Recuperado de <http://hemerotecadigital.bne.es/issue.vm?id=0000177922>
- Mantaccini The Charlatan. (11 de septiembre de 1839). *Vindicator*. Recuperado de <http://www.britishnewspaperarchive.co.uk>
- Martín-Barbero, J. (1991). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona, España: Gustavo Gili.
- Méndez, A. (24 de octubre de 1852). Tercera carta al Dr. Saurel, de Montpellier. *Boletín de Medicina, Cirugía y Farmacia*. Recuperado de <http://hemerotecadigital.bne.es/issue.vm?id=0003078362>
- Moret, S. (1886). *La España del siglo XIX*. Madrid, España: Librería de Antonio San Martín.

- Moscoso, J. (2011). *Historia cultural del dolor*. Madrid, España: Taurus.
- Murcia 7 de marzo. (9 de abril de 1826). *Diario Balear*, p.6. Recuperado de <http://hemerotecadigital.bne.es/issue.vm?id=0026800362>
- Navarro, C. (6 de diciembre de 1886). El sacamuelas (Conclusión). *La Ilustración Artística*, p. 338. Recuperado de <http://hemerotecadigital.bne.es/issue.vm?id=0001484407>
- Noticias locales y generales. (8 de octubre de 1891). *La Lucha*, p. 2. Recuperado de http://prensahistorica.mcu.es/oai.cmd/publicaciones/numeros_por_mes.cmd?anyo=1891&idPublicacion=1295
- Real Academia Española. (2014). Espectáculo. *Diccionario de la lengua española* (23.ª ed.). Recuperado de <http://dle.rae.es/?id=GX8m8QF>
- Rosado, B. (27 de octubre de 2016). Don Quijote era... un 'sacamuelas' de El Toboso. *El Mundo*. Recuperado de <http://www.elmundo.es/cronica/2016/10/27/580c7ea3e2704efd538b4571.html>
- Salcedo, A. (15 de abril de 1891). La quincena. *La Ilustración Católica*, p. 107. Recuperado de <http://hemerotecadigital.bne.es/issue.vm?id=0003181143>
- Sección de hechos varios. (11 de octubre de 1867). *El Imparcial*. Recuperado de <http://hemerotecadigital.bne.es/issue.vm?id=0005416307>
- Stoker, B. (1910). *Famous Impostors*. Nueva York, NY: Sturgis & Walton Company.
- Thompson, J. B. (1998). *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona, España: Paidós.
- Toros. (6 de julio de 1852). *El Clamor Público*. Recuperado de <http://hemerotecadigital.bne.es/issue.vm?id=0002742232>
- Varietades. (10 de septiembre de 1863). *La Esperanza*. Recuperado de <http://hemerotecadigital.bne.es/issue.vm?id=0002412572>
- Varietades. (7 de noviembre de 1837). *El Español*. Recuperado de <http://hemerotecadigital.bne.es/issue.vm?id=0003490855>
- Varietades. (4 de mayo de 1849). *El Clamor Público*. Recuperado de <http://hemerotecadigital.bne.es/issue.vm?id=0002683751>
- Vitoria 20 de setiembre de 1863. (24 de septiembre de 1863). *La España*. Recuperado de <http://hemerotecadigital.bne.es/issue.vm?id=0002881151>

Entrevista a Sara Makowski

Comunicar la diferencia: un proyecto radial realizado en México por personas con experiencias de internamiento psiquiátrico

Communicating the difference: a radio project carried out in Mexico by people with experiences of psychiatric internment. Interview with Sara Makowski

<http://dx.doi.org/10.22235/d.v0i26.1387>

Mercedes Clara

Mercedes Clara
Universidad Católica
del Uruguay
Montevideo, Uruguay
mercedes.clara@ucu.edu.uy

Recepción: 04/05/2017
Aceptación: 25/05/2017

1 :: Sara Makowski visitó la Universidad Católica del Uruguay el 9 de junio de 2016. En esa oportunidad ofreció una charla titulada "Comunicación y diferencia. Una reflexión en torno a las narrativas de la alteridad desde una propuesta de comunicación para la inclusión social".

RESUMEN

Una radio en el jardín de la universidad. Un lugar donde personas con distintos trayectos biográficos se encuentran para vivir una experiencia de comunicación. Una polifonía de voces que crea lazos, genera diálogos, rompe estereotipos y produce inclusión social. Sara Makowski, socióloga y doctora en antropología, coordina la propuesta multimediática *Radio Abierta*, en la Universidad Autónoma Metropolitana de México, que es llevada adelante por personas que han experimentado sufrimiento mental. En esta entrevista, realizada en el marco de su visita a la Universidad Católica del Uruguay¹, Makowski compartió los aprendizajes, alcances y desafíos que implica "comunicar la diferencia".

Palabras clave: inclusión, comunicación alternativa, salud mental, radio universitaria, *Radio Abierta*

ABSTRACT

A radio in the garden of a college. A place where people with different biographical paths meet to live a communication experience. A polyphony of voices that creates bonds, generates dialogues, breaks stereotypes and produces social inclusion. Sara Makowski, a Sociologist and Doctor in Anthropology, coordinates the multimedia project Radio Abierta, in the Universidad Autónoma Metropolitana de México, which is carried out by people who had experienced mental suffering. In this interview, made during her visit to the Universidad Católica del Uruguay, Makowski shared the learnings, scope and challenges of "communicating the difference".

Keywords: inclusion, alternative communication, mental health, university radio, *Radio Abierta*



¿Cuándo y cómo nace *Radio Abierta*?

Radio Abierta se empezó a fraguar en el año 2008 cuando, de forma azarosa, me enteré de la existencia de *La Colifata* y *Radio Nikosia*² mientras realizaba una investigación socioantropológica en un hospital psiquiátrico en las afueras de la Ciudad de México. Estas radios me parecieron una iniciativa maravillosa para el campo de la salud mental, y algo muy necesario para el caso de México, donde prácticamente la única opción para personas con sufrimiento mental es el encierro en un hospital psiquiátrico.

Lo que siguió a este descubrimiento fue una invitación a Alfredo Olivera, de radio *La Colifata*, a la Unidad Xochimilco de la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM-X). La visita se concretó en el mes de octubre de 2008 y tuvo como propósito realizar una capacitación con miras a iniciar una experiencia parecida en México. Para el año 2009 ya estábamos listos para lanzar una iniciativa radiofónica dirigida a personas con sufrimiento mental. Habíamos conformado un equipo de trabajo con profesores, alumnos y recién egresados de la UAM-X.

Sin embargo, tuvimos dificultades para encontrar una institución de atención en salud mental que acogiera nuestra propuesta. Ante esta imposibilidad de encontrar un lugar donde alojar la radio, se decidió instalar *Radio Abierta* en la Universidad. Así fue como nació la primera radio en México realizada por personas con experiencias psiquiátricas: un 10 de junio de 2009, en uno de los jardines de la UAM-X.

¿Qué significado tiene que *Radio Abierta* esté en el campus de una universidad?

Fue una decisión que tomamos porque no tuvimos otra alternativa, pero sin duda fue muy acertada porque le imprimió una huella indeleble: se trataba de una iniciativa radiofónica de atención en el campo de la

salud mental y de naturaleza comunitaria emplazada, precisamente, en una comunidad y no dentro de un hospital psiquiátrico.

Las personas con sufrimiento mental que participaban en esta experiencia lo hacían en el marco de una comunidad universitaria. Esto las habilitaba a establecer vínculos con estudiantes, incorporarse a las actividades culturales de la propia universidad (conciertos, cine, coro, biblioteca) y ser parte de una comunidad no psiquiátrica ni medicalizada. Asimismo, ser parte de una comunidad universitaria también hizo posible que *Radio Abierta* fuera incorporada como parte de la programación de la FM 94.1 *UAM Radio*, la estación radiofónica del centro.

A lo largo de los años también se hizo evidente que el hecho de que la comunidad universitaria esté en el ADN de *Radio Abierta* tuvo un impacto positivo en varios de los participantes. Algunos de ellos han retomado sus estudios universitarios truncos o han iniciado carreras universitarias, en la UAM-X y en otras instituciones educativas. Y otros más han encontrado nuevos trayectos biográficos posibles, más allá del circuito psiquiátrico.

¿Es posible reconocer algunas etapas en el proceso de consolidación de *Radio Abierta*, en estos ocho años de recorrido? ¿En qué estadio se encuentran en la actualidad?

Comenzamos con un dispositivo radiofónico grupal, que cada miércoles instalábamos en un jardín de la universidad: eran sesiones de tres horas de duración que registrábamos en audio. Con ese material se editaban microprogramas de diez minutos y cápsulas de entre tres y cinco minutos, que se reescuchaban en el marco del propio dispositivo. Era como un ejercicio de reconocimiento grupal e individual de esa especie de sonoridad humana que se producía en

cada encuentro de los miércoles. Esta fue la primera etapa de *Radio Abierta*, en la que no hubo transmisión por ninguna plataforma comunicacional.

En una segunda fase, a partir del año 2011, comenzamos a transmitir un programa semanal a través de la estación radiofónica de la UAM. Era un programa que salía en vivo los miércoles y que fue muy importante para los participantes, no solo porque sus voces circulaban por la esfera pública, sino también porque, en paralelo a la transmisión en vivo, habilitamos las redes sociales (Facebook y Twitter) y eso les permitía establecer una comunicación y un vínculo con el mundo, con los radioescuchas. En la actualidad seguimos funcionando con este medio asociado que es la FM 94.1 UAM Radio, pero el programa es grabado en el jardín y transmitido en diferido cada miércoles, con retransmisión los sábados.

La tercera fase inició cuando a la radio le agregamos una revista digital denominada *Toing*, de aparición cuatrimestral, que publicó su primer número en octubre de 2011. Hasta la fecha han sido publicados diecisiete números en forma ininterrumpida. En esta revista publican materiales escritos e imágenes personas con sufrimiento mental de México, Argentina, Costa Rica, Portugal, Italia, Rusia, Francia, España. Son autores que, al mismo tiempo, son hacedores de radios por la salud mental en esos países.

En 2014 comenzamos también la producción de materiales audiovisuales, tales como videocampanas contra la discriminación y la producción de un video comunitario —realizado por los propios participantes de *Radio Abierta* desde el guion, la cámara y la edición— que se llama *Luces, cámara, locura*. Esa fue una nueva fase, en la que a la radio y a la revista digital le agregamos otro medio que es el audiovisual. Finalmente, desde el 2015 realizamos también *streaming* de radio desde nuestra propia plataforma web durante las 24 horas, todos los días de la semana.

En este breve recorrido intento dar cuenta de la complejización y multimedialidad que le hemos ido imprimiendo a la propuesta. *Radio Abierta* hoy es un hipermedio o un multimedio —transmisión por FM, *streaming* por Internet, revista digital, producciones audiovisuales—, y el gran reto que tenemos por delante es consolidar un devenir transmedia. En esa aventura estamos.

Desde esta experiencia, ¿cuáles son los desafíos que implica comunicar la diferencia?

Comunicar la diferencia es un desafío en sí mismo. Creo que no hay una única forma ni una receta universal para poder hacerlo. Pero, además, cuando hablamos de comunicar la diferencia en relación a la locura estamos enfrentando otros desafíos, más allá de los territorios de la comunicación en sí misma, que están vinculados a mecanismos sociales e institucionales de producción de silenciamiento social. Cómo comunicar la diferencia es algo que nos preguntamos todos los días en *Radio Abierta*.

No nos interesa comunicar una diferencia solipsista, una diferencia que se quede hablando sola. Apostamos por formas dialógicas y polifónicas de comunicarla, y por eso propiciamos que las voces de la locura resuenen, circulen y se mezclen con otras voces en la esfera pública. Queremos que la diferencia dialogue, negocie sentidos, ponga en entredicho verdades asumidas, que inaugure otras conversaciones públicas.

Tampoco nos interesa comunicar una diferencia envasada para que sea consumida y tragada como un producto más del marketing comunicacional. Por eso, a lo largo de todos estos años de *Radio Abierta*, nos cuestionamos mucho sobre cómo las formas de comunicar la diferencia también pueden ir naturalizándose, tanto para los participantes que hacen la radio como para el equipo de profesionales que acompañamos

² La *Colifata* es una radio llevada adelante por internos y exinternos del Hospital Interdisciplinario Psicoasistencial José Tiburcio Borda de Buenos Aires (Argentina). Fundada en 1991, fue la primera radio en el mundo en transmitir desde un centro psiquiátrico. Este proyecto inspiró numerosas réplicas en otros países, como *Radio Nikosia*, que funciona desde 2004 en Barcelona (España).



Foto: Radio Abierta

este proceso. Una diferencia estabilizada, normalizada, envasada, deja de ser diferencia. Deja de desestabilizar. Y esa es, precisamente, la potencia misma de la diferencia: la capacidad de subvertir.

Por eso, en *Radio Abierta* nos interesa comunicar la diferencia para hacer una diferencia: para romper estigmas, para dismantelar prejuicios, para desnivelar los territorios de la normalidad y la racionalidad, para hacer que en el mundo haya un lugar digno para todos.

¿Qué significa para los participantes vivir la experiencia de comunicar a otros y ser escuchados?

En diferentes momentos de los casi ocho años de existencia de *Radio Abierta*, y a través de diferentes modalidades –declaraciones a la prensa, entrevistas cualitativas y cuestionarios que aplicamos para dar seguimiento, entre otras– los participantes han contado

lo que significa para ellos participar en esta experiencia de radio. Voy a retomar algunas de las ideas que ellos mismos han expresado.

En primer lugar, *Radio Abierta* es para ellos un espacio de escucha, de diálogo, de encuentro y de reconocimiento en tanto seres humanos. Como los interpelamos como personas –no asumimos ningún diagnóstico psiquiátrico– han encontrado en este espacio la posibilidad de reconectarse con sus propias vidas, con sus propios intereses y deseos, y retomar la posibilidad de estar en el mundo más allá (o más acá) de la colonización que produce vivir atrapado en un diagnóstico psiquiátrico. Por ejemplo, a partir de esta experiencia, algunos participantes han retomado actividades que habían quedado trancas con las crisis e internamientos, y absolutamente borradas con la etiqueta de “esquizofrénico” o “bipolar”. Así, con el abrigo de la radio, han vuelto a tocar la guitarra, a

escribir poemas, a pintar, a hacer amigos, a sentirse personas que pueden aportar a la sociedad desde su condición de diferencia.

En segundo lugar, y conectado con lo anterior, *Radio Abierta* significa para los participantes la posibilidad de que otros trayectos biográficos puedan ser esbozados desde una posición de sentirse parte de la sociedad. Es decir, se habilita otra cartografía, no psiquiátrica, para que puedan ser trazados otros itinerarios de vida: ser un locutor en una radio, un estudiante en una universidad, un poeta que publica un libro, un músico que graba su propio disco, un escritor que publica en la revista *Toing* o un periodista que hace una entrevista a un grupo de música para un programa que se transmite por *streaming* de radio.

Finalmente, *Radio Abierta* es también una comunidad de prácticas en la que los participantes intercambian saberes locales –sobre los padecimientos y las distintas maneras de estar en el mundo–, aprenden nuevas herramientas –a través de talleres de periodismo, de arte, de uso de nuevas tecnologías– y se vuelven agentes de cambio y de inclusión social.

Como antropóloga y testigo privilegiada de esta experiencia, ¿cuáles han sido los mayores aprendizajes en estos años?

Mi formación y trayectoria eran, hasta que inicié esta experiencia, estrictamente académicas. Era, retomando un concepto de Pierre Bourdieu, portadora de un habitus académico. Estudié sociología y realicé un doctorado en antropología, y me dediqué mucho tiempo a realizar investigación sobre la problemática de la exclusión social.

La experiencia de la radio me arrojó a otros territorios: me desarropó de muchas certezas disciplinarias, me obligó a despensar muchas categorías y conceptos, me desdibujó muchas fronteras, me desacomodó muchas herramientas metodológicas. Diría que, en todos estos años de *Radio Abierta*, he aprendido muchos desaprendizajes.

Al igual que a los participantes, esta experiencia también me habilitó otros tránsitos y otros trayectos. Uno de ellos es, sin duda, el de pensar y hacer en la encrucijada. En ese cruce de caminos donde las disciplinas tartamudean y donde el hacer es también político, porque subvierte un orden naturalizado de sentidos y experiencias. *Radio Abierta* me cambió la frecuencia. Tengo un habitus mutado y mutante. Me hizo sintonizar con la inexorable potencia de la vulnerabilidad humana.

Sara E. Makowski Muchnik

Doctora en Ciencias Antropológicas (UAM-Iztapalapa, México) y profesora e investigadora en la Universidad Autónoma Metropolitana (Unidad Xochimilco, México). Sus líneas de investigación abarcan la exclusión social, la cultura, la salud mental y la comunicación alternativa. Desde 2009 coordina Radio Abierta. Además de numerosos artículos en revistas especializadas, ha publicado los libros *Jóvenes que viven en la calle* (Siglo XXI, Editores-UAM-I, México, 2010) y *Las flores del mal. Identidad y resistencia en cárceles de mujeres* (Universidad Autónoma Metropolitana, México, 2010).



David de la Mano
Universidad de Salamanca
Salamanca, España
daviddelamano@gmail.com

Recepción: 15/06/2017
Aceptación: 16/06/2017

Ilustración

David de la Mano



Guion de cortometraje de ficción

El cine nacional me salvó

Natalia Espasandín y Juan González Urriaga

ESCENA NRO. 01 – MATERIAL DE ARCHIVO / PUBLICIDADES

Natalia Espasandín
Universidad Católica
del Uruguay
Montevideo, Uruguay
nespasan@ucu.edu.uy

Fragmentos de audiovisuales de la década del 50 y 60 se entremezclan, con especial énfasis en los planos en los que aparecen actores *extras* en situaciones diversas.

NARRADOR (EN OFF)

Cuando llegué a Buenos Aires, Gilberto Peyret, veterano actor uruguayo radicado hace muchos años en la Argentina, me dijo: “De cien personas que caminan por la Calle Corrientes, noventa quieren ser actores y las otras diez son”. Y efectivamente, para un actor que se exiliaba, uno de los medios de vida que estaba a su alcance inmediato era hacer comerciales para cine y TV. Apuntarse en las agencias de publicidad llevando fotos y curriculum, asistir a diferentes castings y esperar a que lo llamen.

ESCENA NRO. 02 – INT. DÍA – SET DE FILMACIÓN / RESTAURANTE

Buenos Aires. 1973. En un restaurante se ha montado un set de filmación de una publicidad. El NARRADOR, vestido de traje y corbata normales para la época, está descansando sentado en un rincón. Se está por hacer el corte del almuerzo. Miembros del equipo de filmación circulan de un lado al otro llevando diferentes implementos de fotografía, escenografía, vestuario, utilería, etcétera.

NARRADOR (EN OFF)

Algunos comerciales eran “pasables”, tenían letra y uno podía hasta componer un personaje. Pero otros eran de los llamados “infames”, es decir, mudos. Eran papelitos tristes, desgraciados, estos de extras. Y uno que había tenido experiencias importantes en teatro, trataba de pasar desapercibido. Solamente importaba que le pagaran el caché, que sería la solución para varios días de comida y alojamiento. Sin embargo, había algunos que curiosamente trataban de sobresalir, de tener un primer plano.

El EXTRA se acerca y se sienta al lado del NARRADOR. Usa un traje verdoso y ajustado que parece haber sido lavado, una camisa amarilla con una gastada corbata marrón que le queda corta y unos zapatos gastados en punta. Está peinado a la gomina y con raya al costado, lo que lo hace lucir de otra época. Lleva una pequeña vianda envuelta en una servilleta a cuadritos azules: buñuelitos o tortilla de papa.

NARRADOR (EN OFF)

El de hoy era en un restaurante y mi “actuación”, si puede llamarse así, consistía en comer ravioles. Comer, comer y comer hasta no poder más. Y ahí fue que lo volví a ver... Nadie le hablaba, y como una vez más hacía de extra sin letra, no le daban el almuerzo.

NARRADOR

Otra vez en estas cosas...

El EXTRA levanta sus ojos a través de los lentes de armazón amarillo y cristales “culo de botella”, lo mira y se despacha con orgullo.

EL EXTRA

Hace treinta años que hago de extra. ¿Se da cuenta? Usted me ve así. ¡Treinta años! Y el cine nacional me salvó. Yo era muy pobre cuando niño, no tenía padres y en el “convoy” donde vivía había algunos que me estaban empaquetando para el “afane”, ¿se da cuenta? Y el cine nacional me salvó. Pero otras veces hice cosas más importantes, no como hoy.

Se le notaba que tenía muchas ganas de contar sus experiencias de actor.

EL EXTRA

Una vez, en una filmación en Av. de Mayo, yo integraba una manifestación enorme, de muchas cuadras, no recuerdo por qué. Y yo iba adelante, compartiendo una pancarta. ¿Se da cuenta? ¡Adelante de todos!

El Narrador lo mira interesado.

EL EXTRA

Y otra vez, en una estación de trenes de Provincia, ¿se acuerda de Sandrini? Yo salía de un baño y él entraba, por lo tanto, nos cruzábamos y me decía: “¿Cómo le va?”. Y yo le respondía con un gesto de cabeza. ¿Se da cuenta? ¡Nada menos que con Luis Sandrini! ¡Y en un primer plano! Pero otra vez me tocó un personaje grande. Era en una fotonovela. Yo tenía un personaje de reparto. Hacía de mayordomo en una casa rica donde el niño se convertía en “vampiro”.

NARRADOR

¡Ah! ¿En “vampiro”? (con algo de gracia que trata de disimular).

EL EXTRA

Sí, ¡en vampiro! (recalca acentuando bien fuerte la “á”).

NARRADOR

¡Qué bien! ¡Lo felicito!

Vuelven a quedarse en silencio, uno al lado del otro.

NARRADOR (EN OFF)

¿Y qué le iba a decir? Era su orgullo, se sentía realizado; pensé un tanto con lástima. Ahí comprendí que tenía razón. El cine nacional lo salvó.

Viene alguien del equipo y llama al NARRADOR para almorzar. Se despide y el EXTRA queda sentado comiendo su vianda.

Adaptación del cuento original *El cine nacional me salvó*, de Juan González Urriaga.

Natacha Pisarenko

La fotógrafa Natacha Pisarenko refleja, en los retratos de estas y otras víctimas de violencia de género, la fortaleza de las mujeres en Argentina que aceptaron contar sus terribles experiencias para alarmar e intentar prevenir futuros casos. Son mujeres que se levantaron luego de duros golpes con un objetivo en común: luchar por otras mujeres.

En Argentina, las estadísticas señalan que una mujer muere cada 30 horas. Desde el movimiento "Ni una menos", creado en 2015, muchas mujeres se movilizan para poner un freno a esta violencia, concientizar, acompañarse y visibilizar la problemática creciente de los femicidios a través de marchas multitudinarias.

Natacha Pisarenko es oriunda de Buenos Aires (Argentina) y se formó en la Escuela de Artes Fotográficas de esa ciudad. En 1988 comenzó su trabajo como fotógrafa, en el periódico La Nación. En 2002 se unió a The Associated Press (AP) donde trabaja hasta el día de hoy. En 2015 fue nombrada jefa de Fotografía de AP para el Cono Sur.

Photographer Natacha Pisarenko reflects, in the portraits of these and other victims of gender violence, the strength of women in Argentina who agreed to share their terrible stories to alarm and try to prevent future cases. They are women who overcame hard experiences with a common goal: to fight for other women.

In Argentina, statistics show that a woman dies every 30 hours. Through the "Ni una menos" movement, created in 2015, many women are mobilizing to put a brake on this violence, to raise awareness, accompany other women and make visible the growing problem of femicide.

Natacha Pisarenko was born in Buenos Aires (Argentina) and studied photography at that city's School of Photographic Arts. In 1988, started her career as a photographer for the newspaper La Nación. In 2002, Pisarenko joined The Associated Press (AP), where she works until today. In 2015, she was named chief of Photography of AP for the Southern Cone.



Paola Mascambruni, golpeada por su pareja, el padre de sus hijos (Foto: AP/Natacha Pisarenko).



Marcela Morera sostiene la foto de su hija Julieta Mena, asesinada a golpes por su novio (Foto: AP/Natacha Pisarenko).



Belén Torres fue golpeada por su jefe, un anestesiólogo que intentó forzarla a tener sexo (Foto: AP/Natacha Pisarenko).



Romina Olivera fue atacada por su exmarido, quien la prendió fuego (Foto: AP/Natacha Pisarenko).



Corina Fernández fue baleada por su exesposo, quien le disparó tres veces en el pecho (Foto: AP/Natacha Pisarenko).



Buenos Aires, Argentina, 3 de junio de 2017: La gente se reunió bajo el lema "Ni Una Menos" para exigir políticas gubernamentales que pongan freno a una tendencia creciente de feminicidios (Foto: AP / Natacha Pisarenko).



Mercedes Zambrano sostiene fotografías de su hermana Marisel, tomadas el último día en que la vio con vida. Marisel fue golpeada hasta la muerte en 2008 por su exesposo, quien fue sentenciado a cinco años de prisión, que ya cumplió (Foto: AP/Natacha Pisarenko).



Marcela Morera sostiene un cuadro que le dio un amigo de su hija, Julieta Mena, asesinada a golpes por su novio cuando estaba embarazada de dos meses (Foto: AP/Natasha Pisarenko).



Neuquén, Argentina, 8 de marzo de 2017: Movilización con motivo del Día Internacional de la Mujer. (Foto: AP / Natasha Pisarenko).

Congresos

Congreso Internacional sobre Nuevas Narrativas: Entre la información y la ficción
XII Seminario Internacional de Obitel (Observatorio Iberoamericano de Ficción Televisiva)
Fecha: 03/07/2017 a 05/07/2017
Lugar: Barcelona, España
Organiza: Obitel, Universitat Autònoma de Barcelona
Más información:
<http://congresointernacionalnuevasnarrativas.com>

IAMCR 2017
Mutaciones culturales políticas y comunicación: Nuevos discursos y nuevas territorialidades
Fecha: 15/7/2017 a 21/7/2017
Lugar: Cartagena, Colombia
Organiza: International Association for Media and Communication Research
Más información:
<http://iamcr.org>

Visible Evidence XXIV: Congreso internacional sobre cine y audiovisual documental
Fecha: 02/08/2017 a 06/08/2017
Lugar: Buenos Aires, Argentina
Organiza: Asociación Argentina de Estudios sobre Cine y Audiovisual, Laboratorio Audiovisual de Investigación y Experimentación de la Maestría en Periodismo Documental de la Universidad Nacional de Tres de Febrero, revista *Cine Documental*.
Más información:
<http://ve2017.cinedocumental.com.ar/es/inicio/>

XVI Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social - FELAFACS
Fecha: 18/10/2017 a 20/10/2017
Lugar: Viña del Mar - Valparaíso, Chile
Organiza: FELAFACS
Más información:
<http://www.pucv.cl/uuaa/felafacs/presentacion/2016-04-01/151724.html>

IX Encuentro Internacional de Investigadores y Estudiosos de la Información y la Comunicación
Fecha: 23/11/2017 a 27/11/2017
Lugar: La Habana, Cuba
Organiza: ICOM
Más información:
<http://www.fcom.uh.cu/?q=node/221>

Enlaces de interés

Sistema de Bibliotecas de la Universidad Católica del Uruguay
<http://biblioteca.ucu.edu.uy>

Centro de Escritura (Departamento de Comunicación, Universidad Católica del Uruguay)
<http://www.ucu.edu.uy/cedes>

Public Knowledge Project :: Open Journal Systems
<https://pkp.sfu.ca/ojs>

AURA :: Asociación Uruguaya de Revistas Académicas
<http://aura.org.uy>

ANII :: Convocatorias a fondos y apoyos para investigación
<http://www.anii.org.uy/apoyos/investigacion>

Timbó :: Trama Interinstitucional Multidisciplinaria de Bibliografía Online
<http://www.timbo.org.uy>

SciELO :: Scientific Electronic Library Online
<http://www.scielo.edu.uy>

LATINDEX :: Sistema regional de información en línea para revistas científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
<http://www.latindex.unam.mx>

Dialnet :: Portal de información multidisciplinar para la difusión de revistas científicas
<https://dialnet.unirioja.es>

CLASE :: Citas Latinoamericanas en Ciencias Sociales y Humanidades
<http://clase.unam.mx>

ROAD :: Directory of Open Access Scholarly Resources
<http://road.issn.org>

EBSCO :: Base de datos para investigación
<http://www.ebsco.com>

Políticas de la editorial

Enfoque y alcance

Dixit publica trabajos académicos originales e inéditos (artículos de investigación, reseñas, artículos de divulgación y actualización, ensayos, entrevistas) y obra (fotografía, ilustración, guion, creación literaria). Su enfoque es la Comunicación —en los ámbitos del conocimiento y del ejercicio profesional— que puede estar en diálogo con otras disciplinas, con un estilo que promueve la lectura ágil de trabajos rigurosos. *Dixit* está incluida en Catálogo Latindex, SciELO, Dialnet, CLASE, ROAD y EBSCO.

Políticas de sección

Desde la Academia presenta artículos originales e inéditos de investigación y análisis (de entre 4.000 y 8.000 palabras), evaluados por pares, en sistema de doble ciego.

Rapport | Artículos presenta artículos originales e inéditos de actualización, divulgación o ensayos (entre 2.000 y 4.000 palabras) y reseñas (entre 1.000 y 2.500 palabras), evaluados por pares, en sistema de doble ciego.

Rapport | Entrevistas presenta entrevistas originales e inéditas (entre 2.000 y 4.000 palabras), evaluadas por pares, en sistema de doble ciego.

Obra en comunicación | Fotografía publica fotografía de autor (hasta 8 fotos).

Obra en comunicación | Ilustración publica ilustración de autor (hasta 2 páginas).

Obra en comunicación | Texto publica creación literaria y guion (hasta 4.000 palabras).

Comunicaciones informa de congresos, conferencias y eventos sobre Comunicación. También aporta enlaces de interés.

Proceso de evaluación por pares

Todos los artículos de las secciones "Desde la Academia" y "Rapport" son evaluados por pares en sistema de doble ciego, esto es, el autor no conoce el nombre de los árbitros ni estos el nombre del autor.

El sistema de arbitraje recurre a evaluadores externos a la Universidad Católica del Uruguay y también a especialistas de la propia institución. Cada artículo es evaluado por dos árbitros, quienes dictaminan si el artículo es "Publicable", "Publicable con correcciones" o "No publicable".

Los artículos enviados a *Dixit* no pueden estar postulados simultáneamente para su publicación en otras revistas. El dictamen se comunica a sus autores en un plazo no mayor de 60 días a partir de la recepción del trabajo.

La evaluación se entrega de manera anónima al autor y se basa en los siguientes aspectos: cumplimiento de las normas editoriales; originalidad y aportes al campo de conocimiento; fundamentación sólida del tema; coherencia interna; enunciación clara de la idea principal del artículo; adecuación de las conclusiones a lo propuesto inicialmente; manejo amplio y pertinente de las referencias bibliográficas; corrección ortográfica y sintáctica.

Política de acceso abierto

Esta revista proporciona un acceso abierto inmediato a su contenido, basado en el principio de que ofrecer al público un acceso abierto a las

investigaciones ayuda a un mayor intercambio global de conocimiento.

Todo el contenido, excepto donde está identificado, está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional.

Política editorial

El Comité Editorial de *Dixit* decide si los trabajos recibidos son acordes con el enfoque y el estilo editorial de la revista.

El Comité también decide en qué número se publican los trabajos y qué fotografías acompañan los textos. El contenido de los artículos y las obras es responsabilidad de los autores.

Frecuencia de publicación

La frecuencia de publicación de la revista *Dixit* es semestral. El primer número se publica en junio y el segundo en diciembre de cada año.

Publicación libre de costo

La publicación en *Dixit* no tiene ningún costo para los autores. Los gastos del proceso editorial de los artículos corren por cuenta de la Universidad Católica del Uruguay. *Dixit* no cobra por suscripciones; el acceso al texto completo de los artículos publicados no tiene ningún costo.

Buenas prácticas editoriales

Todos los involucrados en el proceso editorial de *Dixit* (editores, autores, revisores) deberán actuar conforme a normas éticas para asegurar el cumplimiento de las mejores prácticas editoriales y un compromiso con los más altos estándares profesionales.

Los integrantes del Comité Editorial se comprometen a analizar de forma objetiva todas las colaboraciones

recibidas, y a cumplir con un procedimiento que asegure la calidad y transparencia. Es responsabilidad del Comité Editorial seleccionar a los revisores idóneos para cada artículo, así como velar por la confidencialidad del proceso. Es su deber cumplir con los plazos estipulados para dar respuesta a cada postulación. El Comité Editorial debe estar alerta ante cualquier denuncia de carácter ético, de conflictos de interés o reclamaciones de toda índole sobre los artículos postulados, y conceder a los autores la oportunidad de defenderse.

Los autores tienen la obligación de garantizar la originalidad de sus artículos, así como la transparencia en el proceso de investigación y la veracidad de sus resultados. Los autores entregarán una declaración firmada en donde establecen que los trabajos son de su autoría, son inéditos y no están postulados simultáneamente en otras publicaciones. Asimismo, es obligación de los autores atribuir el crédito a toda persona y todo tipo de obra en que hayan basado su trabajo o partes de él, de acuerdo al formato estipulado en las directrices para envíos. Los autores deben hacer explícita la existencia de conflictos de intereses, así como cualquier financiación que hayan recibido para la realización del trabajo.

Los revisores realizan el arbitraje de los artículos de forma voluntaria, con la misión de contribuir a la mejora de la calidad de los trabajos, mediante una revisión objetiva y constructiva. Para ello se comprometen a seguir las pautas de evaluación proporcionadas por *Dixit* y a cumplir tanto con las políticas del proceso de evaluación como con los plazos estipulados para la tarea. Es responsabilidad de los revisores alertar al Comité Editorial sobre cualquier conflicto de interés o circunstancia que pueda impedirlos de llevar adelante la tarea de evaluación de manera idónea y objetiva.

Editorial policies

Focus and Scope

Dixit prints original, unpublished academic work (research articles, reviews, outreach articles, updates and interviews) and also publishes samples of art work (photographs, illustrations, scripts, literary creations). It focuses on Communication –both in the area of knowledge and in the professional area– intends to facilitate dialog with other disciplines and has an editorial style designed to promote agile reading of rigorous work. *Dixit* is included in the Latindex catalogue, SciELO, Dialnet, CLASE, ROAD and EBSCO.

Section Policies

Desde la Academia includes unpublished original research and review articles, about 4000 to 8000 words long. They are subjected to a double-blind peer review.

Rapport | Artículos presents unpublished original updates, divulgation articles and essays (2000 to 4000 words), as well as reviews (1000 to 2500 words). They are subjected to a double-blind peer review.

Rapport | Entrevistas presents unpublished original interviews (2000 to 4000 words). They are subjected to a double-blind peer review.

Obra en Comunicación | Fotografía prints signature photography (up to 8 photos).

Obra en Comunicación | Ilustración publishes signature illustrations (up to 2 pages).

Obra en Comunicación | Texto prints literary creations and film scripts (up to 4000 words).

Comunicaciones reports about congresses, conferences and events related to the field of Communication. It also provides links of interest.

Peer Review Process

All articles from sections "Desde la Academia" and "Rapport" are evaluated by peers according to a double-blind system, i.e. the author does not know the names of the referees nor do they know the author's name. This review system turns to consultants outside the Universidad Católica del Uruguay and also to specialist from the institution itself. Each article is assessed by two referees, who determine whether the article is "apt for publication" or "apt for publications once corrections have been incorporated" or "not approved for publication".

Contributions sent to *Dixit* cannot be submitted simultaneously in other journals. The judgment is delivered to the authors within a 60 days period, counted from the date the work was received.

The evaluation, which is delivered anonymously to the author, is based on the following aspects: compliance with editorial guidelines; originality and contributions to the corresponding field of knowledge; internal coherence; clear statement of the main idea and solid foundation of same; conclusions fitting to the purposes intended; adequate handling of wide-ranging pertinent references; correct spelling and syntax.

Open Access Policy

This journal offer immediate open access to its contents, on the principle that offering the public open access to research contributes to a greater exchange of knowledge on a global scale.

All content, except when indicated, is under a Creative Commons Attribution - Non Commercial - Share Alike 4.0 International License.

Editorial Policy

The *Dixit* Editorial Committee decides if the works received agree with the focus and editorial style of the journal.

The Committee also determines which issue will include which works and which photographs will be attached to the texts. The authors are responsible for the content of their articles or art works.

Frequency of publication

Dixit's publication frequency is biannual. The first issue is published in June and the second in December of every year.

Free of charge publishing

Authors are not charged for publishing in *Dixit*. The expenses of the editorial process of the articles are covered by the Universidad Católica del Uruguay. *Dixit* does not charge for subscriptions; access to the full text of published articles has no cost.

Editorial best practices

Everyone involved in the editorial process of *Dixit* (editors, authors, reviewers) must act in accordance with ethical standards to ensure compliance with the best editorial practices and a commitment to the highest professional standards.

The members of the Editorial Committee agree to objectively analyze all contributions received, and to comply with a procedure that ensures quality and transparency. Is responsibility of the Editorial Committee to select the appropriate reviewers for each article, as well as ensuring

the confidentiality of the process. Is its duty to comply with the deadlines for responding to each application.

The Editorial Committee should be alert for any ethical allegations or claims of any kind on the postulated articles, and give authors the opportunity to defend themselves.

The authors are obliged to ensure the originality of their articles as well as the transparency of the investigation process and the accuracy of its results. Authors will deliver a signed declaration which states that the articles are of his own, are unpublished and are not postulated simultaneously for other publications.

Also, it is the obligation of the authors to attribute the credit to everyone and all kinds of work in which they have based their article or parts of it, according to the format stipulated in the guidelines for contributions. Authors should make explicit the existence of any conflicts of interest or any funding they have received for carrying out the article.

Reviewers perform the evaluation of the articles voluntarily, with the mission to contribute to the improvement of the quality of works, ensuring an objective and constructive review. To do so, they agree to follow the guidelines provided by *Dixit* and undertake to meet the policies of the peer-review process as well as the deadlines established for the task.

It is the responsibility of the reviewers to alert the Editorial Committee of any conflict of interest or circumstance that may prevent them from carrying out a suitable and objective evaluation.

NORMAS PARA LOS COLABORADORES

Envíos

Las colaboraciones se envían por correo electrónico a *Dixit* (dixit@ucu.edu.uy) o a través de la plataforma OJS (revistadixit.ucu.edu.uy).

Los artículos enviados a *Dixit* no pueden estar postulados simultáneamente en otras revistas.

Síntesis curricular

Los autores deben enviar una síntesis curricular (máximo 120 palabras) que mencione filiación académica, último grado universitario obtenido, actividad académica o profesional reciente, principales publicaciones o trabajos realizados.

Síntesis del contenido del artículo

En el caso de los artículos de investigación, aparte del resumen en español y del *abstract* en inglés, los autores también deben enviar una síntesis (resumen ampliado) del contenido del artículo, de entre 400 y 800 palabras.

Formato

Los textos se realizan en Microsoft Word, letra Times New Roman, tamaño 12 puntos, interlineado doble. Las notas a pie de página, en el mismo tipo de letra, tamaño 10 puntos, interlineado simple. Los archivos visuales se envían en formato JPG con alta resolución de 300 dpi, 25 cm de base y en escala de grises.

Si las colaboraciones contienen tablas, figuras, ilustraciones o fotografías, el autor debe proporcionar la información necesaria para identificarlas: título, leyenda descriptiva, fecha, autoría, fuente y créditos. Se envían en archivo aparte, denominado "Anexos de *título del artículo*", indicando en la primera página el título del artículo y el autor. Las reseñas deben tener completos los datos bibliográ-

ficos de la obra reseñada: autor, año de publicación, título, ciudad de publicación, casa editora y número de páginas. También incluyen el nombre, el apellido y la filiación institucional del autor de la reseña.

Todo trabajo enviado a *Dixit* debe estar terminado en forma y contenido.

Elementos formales

Los artículos de investigación, los de actualización, los de divulgación y las entrevistas deben incluir los siguientes elementos: título en español y en inglés; datos del autor y filiación; resumen en español y *abstract* en inglés; cinco palabras clave en español y cinco en inglés; citas a las fuentes y lista de referencias en sistema APA 6 (ver puntos 7 y 9 más abajo); notas al pie, en caso de ser necesarias.

1. **Título.** Centrado en la parte superior de la primera página, enuncia de manera sintética, sencilla y clara la idea principal del artículo (el objetivo y el enfoque desde el cual se va a tratar). Se sugiere una extensión no mayor de 12 palabras. Si es necesario agregar un subtítulo, este se separa del título mediante punto o dos puntos. A continuación, se incluye el título en inglés.

2. **Nombre y apellido del autor.** Se escribe centrado debajo del título del trabajo. Se omiten títulos y grados académicos.

3. **Filiación institucional.** Centrados debajo del nombre del autor, se escriben el nombre de la universidad, la ciudad y el país a los que pertenece la filiación. Esta corresponde a la institución en la que trabaja el autor en la actualidad, o a la última institución en la que haya trabajado o estudiado. En ambos casos, los elementos se separan mediante coma. A continuación, se indica la dirección de correo electrónico del autor (o del autor principal en trabajos de varios autores).

4. **Resumen del artículo y palabras clave en español.** Van en una página nueva, que comienza con la leyenda "Resumen", centrada en la parte superior de la página. El resumen o *abstract* es un párrafo de hasta 150 palabras de extensión, con sentido completo en sí mismo, en el cual se exponen de manera breve y clara: objetivo del artículo, contenidos principales, metodología empleada y conclusiones, resultados, implicaciones o aplicaciones a los que el autor llegó. A continuación del resumen, en el siguiente renglón alineada a la izquierda se escribe la leyenda "Palabras clave", y después de dos puntos se citan en orden de lo general a lo particular cinco palabras o conceptos que constituyen los identificadores del texto, separados por coma.

5. **Abstract y keywords en inglés.** Después de las palabras clave, separada por un renglón se escribe centrada la leyenda "Abstract", y debajo la traducción al inglés del resumen en español. En el siguiente renglón, alineada a la izquierda se escribe la leyenda "Keywords", y después de dos puntos la traducción al inglés de las palabras clave en español.

6. **Paginación.** A partir de la hoja donde comienza el artículo, las páginas deben estar numeradas, iniciando por el número 1.

7. **Citación de las fuentes.** Debe seguir los lineamientos de la 6ª edición del *Manual de publicaciones de la American Psychological Association* (APA). Según este sistema, se coloca el dato de autor y año, entre paréntesis, a continuación de una cita textual, una paráfrasis o una descripción de las ideas de otro autor.

7. 1. Si es una paráfrasis o una descripción de las ideas de otro autor, en el paréntesis se coloca el apellido del autor separado del año de publicación mediante coma. Ejemplo: (Aguerre, 2007).

7. 2. Si se trata de una cita directa (textual) o de una cita indirecta, en el paréntesis, además del año de publicación, se escribe coma y el número arábigo de la

página o de las páginas, precedido por la abreviatura "p." o "pp.", según corresponda.

Ejemplos: (Rincón, 2006, p. 47); (Rincón, 2006, pp. 47-48).

7. 3. Si la cita textual comprende más de 40 palabras, se destaca en un bloque independiente del texto y se escribe sin comillas. El paréntesis con la referencia se escribe a continuación en el mismo bloque de texto.

7.4. Si la cita corresponde a un trabajo de dos autores, se citan ambos apellidos, separados por "y", cada vez que aparece la referencia en el texto. Cuando son tres, cuatro o cinco autores, se citan todos los apellidos la primera vez, y en las subsiguientes se coloca solo el apellido del primer autor, seguido de la abreviatura et al. (locución latina que significa 'y otros' y se escribe sin cursivas y con punto a continuación de *al*). Cuando son seis o más autores, desde la primera mención se coloca el apellido del primer autor seguido de et al.

7. 5. Si un autor tiene más de una obra citada con el mismo año de publicación, se distinguen agregando una letra minúscula enseguida de la fecha. Ejemplo: (Rincón, 2006a, p. 47).

7. 6. Si un autor es citado textualmente por otro autor de quien se toma la cita, entre paréntesis primero se consigna el apellido del autor de la cita textual, luego se escribe "citado en", y por último se pone el apellido del autor, el año de la obra y el número de la página donde se encuentra la cita textual referida. Ejemplo: (Deleuze citado en Alliez, 1996, p. 49)

7. 7. Si en un mismo paréntesis se refiere a dos o más trabajos de diferentes autores, estos se separan por medio de punto y coma. Ejemplo: (Aguerre, 2007; Rincón, 2006).

7. 8. Si en el texto del artículo se menciona el apellido del autor, este no se repite dentro del paréntesis. Solo

se coloca el año y el número de página, si corresponde. Ejemplo: Rincón (2006, p. 17) sostiene que "la comunicación es, entonces, un dispositivo potente para comprender estos tiempos".

Si en el texto del artículo, además del apellido del autor, aparece el año de publicación, este tampoco se repite dentro del paréntesis.

Ejemplo: En 2006, Rincón sostiene que "la comunicación es, entonces, un dispositivo potente para comprender estos tiempos" (p. 17).

8. Notas a pie de página. Las notas no deben exceder las 80 palabras; proporcionan explicaciones, comentarios o cualquier otra clase de información adicional que enriquezca o aclare el contenido de la colaboración. No se usan abreviaturas latinas.

9. Lista de referencias. Se coloca al terminar el artículo, en una página nueva que lleva centrada la leyenda "Referencias". Incluye ordenados alfabéticamente por el apellido del autor solo los materiales mencionados o referidos directamente en la colaboración (citados textualmente, parafraseados, descritos). Cada entrada va alineada a la izquierda con sangría francesa, e incluye los siguientes datos:

9. 1. Autor

a. Se escribe empezando por el apellido y enseguida, separada por coma, la inicial (o las iniciales) del nombre de hasta siete autores. El nombre del último autor va precedido por coma seguida de "y".

Ejemplo: O'Sullivan, T., Hartley, J., Saunders, D., Montgomery, M., y Fiske, J. (1997).

b. Si son más de siete autores, en las referencias se escriben los apellidos e iniciales de los primeros seis autores, se agregan luego puntos suspensivos y se escribe a continuación el apellido e inicial del último autor.

Ejemplo: Arias, M. F., Bentivenga, J., Coppola, N., Donini, A., Fernández Lamarra, N., Gorostiaga, J.,... Zamboni, P. (2012).

c. Los responsables de la publicación, como editores, compiladores, directores, coordinadores, organizadores, toman el lugar del autor, y a continuación del nombre se agrega entre paréntesis y abreviada la función que desempeñaron.

Ejemplo: Ojeda, M. A. N., y Grandío Pérez, M. del M. (Coords.). (2012).

d. Cuando los autores son instituciones u organizaciones, como Real Academia Española (RAE) o American Psychological Association (APA), su nombre se escribe completo y se coloca punto después.

9. 2. Año de publicación. Se coloca separado del autor por punto, entre paréntesis, y a continuación se escribe punto.

9. 3. Título

a. De libro, revista, publicación periódica, obra de arte, película, video, programa de televisión se escribe en cursivas, seguido por punto.

Ejemplo: Ojeda, M. A. N., y Grandío Pérez, M. del M. (Coords.). (2012). *Estrategias de comunicación en redes sociales. Usuarios, aplicaciones y contenidos.*

b. De capítulo de libro va sin comillas, en redondas. A continuación, se escribe, después de punto, la palabra "En", seguida de la inicial del nombre y apellido completo del autor o los autores o responsables de la publicación. Seguido de coma, en cursivas, el título del libro que lo contiene.

Ejemplo: Noguera Vivo, J. M. (2012). Los cambios en el discurso global de Twitter: *trending topics* y la nueva televisión. En M. A. N. Ojeda y M. del M. Grandío Pérez (Coords.), *Estrategias de comunicación en redes sociales. Usuarios, aplicaciones y contenidos* (pp. 51-62).

c. De artículo de revista va sin comillas, en redondas. Luego, separado por punto, se pone en cursivas el título de la publicación que lo contiene y, también en cursivas y separado por coma, el volumen de la publicación (en números arábigos).

Si además de volumen la publicación tiene número, se escribe entre paréntesis enseguida del volumen, pero sin cursivas.

Ejemplos:

Aguerre, C. (2007). Los derechos de autor. Entre el equilibrio y la incompatibilidad. *Dixit*, 2

López-Escobar, E. y Llamas, J. P. (1996). *Agenda-setting: investigaciones sobre el primer y el segundo nivel. Comunicación y Sociedad*, 9(2)

9. 4. El lugar de publicación (cuando es dentro de Estados Unidos se coloca, separado por coma, la ciudad y la sigla correspondiente al estado; en otros lugares se indica, también separado por coma, ciudad y país) se coloca a continuación del título del documento. Luego, se colocan dos puntos y se indica la casa editora (o la productora en el caso de una película o el nombre del museo donde se encuentra una obra de arte, etcétera). No se incluye el sustantivo "editorial" (ni en español ni en otros idiomas: *publisher, Verlag, editrice...*), excepto cuando este acompaña a un adjetivo, y ambos constituyen el nombre de la editorial; por ejemplo, Editorial Sudamericana. Tampoco se incluyen abreviaturas como Ed., Ltd., Co., S. A. de C. V., entre otras. En el caso de un artículo de revista, el nombre y el volumen de la publicación sustituyen la ciudad de publicación y la casa editora.

Ejemplos: Nueva York, NY: Mc Graw-Hill. Pretoria, Sudáfrica: Unisa.

9. 5. Los números de páginas se consignan en la lista de referencias cuando se citan capítulos de libros o artículos de revistas. En el primer caso, se consignan entre paréntesis, precedidos por la abreviatura "pp.", a continuación del título del libro que contiene al capítulo (ver ejemplo en 9.3.b). En cambio, van sin abreviatura y enseguida del número del volumen de la publicación, separados por una coma, cuando es un artículo de revista (ver ejemplo en 9.6).

9. 6. Para los documentos recuperados en línea, luego de escribir la referencia completa (según el tipo de documento que sea) se coloca punto y se escribe el DOI (*Digital Object Identifier*, Identificador Digital de Objetos), si lo tiene, o se escribe "Recuperado de" y se copia completo el URL (*Uniform Resource Locator*, Localizador Uniforme de Recursos) de la página de internet de donde se obtuvo el documento. No se coloca punto después del DOI ni del URL, y solo se agrega la fecha de recuperación del documento cuando se sabe que este es susceptible de modificaciones.

Ejemplo sin DOI:

Izagirre, M. (2011). El arte de saber movilizar saberes. *Dixit*, 15, 27-33. Recuperado de <http://revisatadixit.ucu.edu.uy/?table=articles&ID=21f348ab76a582d327894afa17bb0763&action=detail>

Ejemplo con DOI:

Scherer, K. R. (2005). What are emotions? And how can they be measured? *Social Science Information*, 44(4), 695-729. doi:10.1177/0539018405058216

Ejemplo de lista de referencias:

Referencias

Aguerre, C. (2007). Los derechos de autor. Entre el equilibrio y la incompatibilidad. *Dixit*, 2, 24-30.

American Psychological Association. (2010). *Manual de publicaciones de la American Psychological Association*. México D. F., México: El Manual Moderno

Arias, M. F., Bentivenga, J., Coppola, N., Donini, A., Fernández Lamarra, N., Gorostiaga, J.,... Zamboni, P. (2012). La educación superior en Argentina. En *Red Iberoamericana de Investigaciones en Políticas Públicas, La educación superior en el MERCOSUR: Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay hoy* (pp. 21-113). Buenos Aires, Argentina: Biblos.

Balcázar, P., González-Arratia, N. I., Gurrola, G. M., y Moysén, A. (2005). *Investigación cualitativa*. Toluca, México: Universidad Autónoma del Estado de México.

Balsa, M., y Bugallo, B. (2011). *Industrias creativas y propiedad intelectual*. Montevideo, Uruguay: Dicrea.

Dutto, M. C., Soler, S., y Tanzi, S. (2008). *Palabras más, palabras menos. Herramientas para una escritura eficaz*. Montevideo, Uruguay: Editorial Sudamericana-Universidad Católica del Uruguay.

Izaguirre, M. (2011). El arte de saber movilizar saberes. *Dixit*, 15, 27-33. Recuperado de <http://revistadixit.ucu.edu.uy/?table=articles&ID=21f348ab76a582d327894afa17bb0763&taction=detail>

López-Escobar, E. y Llamas, J. P. (1996). *Agenda-setting: investigaciones sobre el primer y el segundo nivel*. *Comunicación y Sociedad*, 9(2), 9-15.

Noguera Vivo, J. M. (2012). Los cambios en el discurso global de Twitter: *trending topics* y la nueva

televisión. En M. A. N. Ojeda y M. del M. Grandío Pérez (Coords.), *Estrategias de comunicación en redes sociales. Usuarios, aplicaciones y contenidos* (pp. 51-62). Barcelona, España: Gedisa.

Ojeda, M. A. N., y Grandío Pérez, M. del M. (Coords.). (2012). *Estrategias de comunicación en redes sociales. Usuarios, aplicaciones y contenidos*. Barcelona, España: Gedisa.

O'Sullivan, T., Hartley, J., Saunders, D., Montgomery, M., y Fiske, J. (1997). *Conceptos clave en comunicación y estudios culturales*. Buenos Aires, Argentina: Amorrortu.

Rincón, O. (2006). *Narrativas mediáticas. O cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento*. Barcelona, España: Gedisa.

Scherer, K. R. (2005). What are emotions? And how can they be measured? *Social Science Information*, 44(4), 695-729. doi:10.1177/0539018405058216

GUIDELINES FOR CONTRIBUTORS

Contributions

Contributions must be sent by e-mail to *Dixit* (dixit@ucu.edu.uy) or submitted through OJS platform (revistadixit.ucu.edu.uy).

Contributions sent to *Dixit* cannot be submitted simultaneously in other journals.

Abridged CV

Authors must send an abridged CV, up to 120 words, including academic affiliation, last University degree obtained, recent academic or professional areas of work, main publications or main field work completed.

Extended summary

In the case of research articles, authors must send, in addition to the summary in Spanish and the abstract in English, an extended summary of contents, about 400 to 800 words long.

Format

Texts should be written in Microsoft Word, using 12-point Times New Roman font, with double spacing. Footnotes will be done in the same font, 10-point size, single spacing. Visual files should be delivered in high-definition, 300dpi, grayscale JPG format, with a 25 cm baseline width.

Should contributions include tables, figures, illustrations or photographs, the author must provide the necessary information for identification: title, descriptive legend, date, authorship, source and credits. They are delivered separately as an attached file named "Annexes to *title of article*", displaying the title of the articles and the author's name on the first page.

Reviews must include full bibliographic references of the work under review: author, year of publication, title, city of publication, publisher and number of pages. They must also include name, surname and institutional affiliation of the author of the review.

Every work delivered to *Dixit* must be complete regarding format and contents.

Formal elements

Research articles, updates, outreach articles and interviews must include the following elements: title in Spanish and in English; author's personal data and affiliation; summary in Spanish and abstract in English; five keywords in Spanish and five in English; in-text citations and references formatted in APA Style 6 (see points 7 and 9 below), footnotes, if necessary.

1. **Title.** From its position at the center of the upper part of the first page, it states the main idea of the article (i.e., the objective and the way it will be approached) in a clear, simple and concise manner. It should not exceed 12 words. If it should be necessary to add a subtitle, the same should be separated from the title by a full stop or a colon. Title must be written both in Spanish and in English.

2. **Name and surname of author.** It is written under the title, in a central position. Rank and academic qualifications are omitted.

3. **Institutional affiliation.** Below the name of the author must appear the name of the university, city and country to which the affiliation belongs. Affiliation corresponds to the institution in which the author works nowadays, or to the last institution in which he has worked or studied. In both cases, the elements are separated by commas. The e-mail address of the author (or the main author in the works of several authors) is indicated below.

4. **Abstract of article and keywords in Spanish.** Both go on a new page beginning with the legend "Resumen" centered on the upper part. That abstract is a paragraph with a maximum of 150 words, complete in itself as regards sense, in which the objective, main contents, methodology, conclusions, implications or applications discovered by the author are exposed briefly and clearly.

On the following line, aligned to the left, the legend "Palabras clave" should be written, followed by a colon that precedes a list of words or concepts (separated by commas and cited ranging from the general to the particular) that are established as identifiers for this text.

5. **Abstract and keywords in English.** After the keywords in Spanish comes a blank line; on the center of the following line stands the legend "Abstract". Aligned to the left on the line below comes the English version of the summary. The legend "Keywords" should be written on the following line and likewise aligned to the left and then, after a colon, should appear the English version of the keywords.

6. **Pagination.** Pages must be numbered, starting at the page which marks the beginning of the article and bears the number 1.

7. **Citation of sources.** They should follow the guidelines of the 6th edition of the *Publication Manual of the American Psychological Association* (APA). According to this system, the data of author and year, in parentheses, is placed after a textual quotation, a paraphrase or a description of the ideas of another author.

7. 1. In the case of a paraphrase or a description of another author's ideas, the surname of the author and the year of publication are placed within the brackets, separated by a comma. Example: (Aguerre, 2007).

7. 2. In the case of a quotation, whether direct or indirect, the brackets should include first the year of publication followed by a comma, then the Arabic numeral for the page or pages, preceded by the corresponding abbreviation "p." or "pp.". Examples: (Rincón, 2006, p. 47); (Rincón, 2006, pp. 47-48).

7. 3. If the direct quotation comprises more than 40 words, it is highlighted by displaying it as a free-

standing block of text, without quotation marks. The reference is placed, between brackets, right after the quotation, as a part of the same block.

7. 4. If the quotation corresponds to a work by two authors, both surnames, separated by "Et", are cited each time the reference appears in the text. When there are three, four or five authors, all surnames are cited the first time, and in the subsequent ones only the surname of the first author is placed, followed by the abbreviation et al. (Latin phrase meaning 'and others' and is written without italics and with a dot following *a*). When there are six or more authors, from the first mention is placed the surname of the first author followed by et al.

7.5. Should more than one work by the same author occur in the same year of publication, quotations must be differentiated by the addition of a lowercase letter right after the date.
Example: (Rincón, 2006a, p. 47).

7. 6. Should an author be quoted directly by another author who is the source for the quotation, one must enter first the surname of the author who was directly quoted, followed by the phrase "cited in" and the surname of the author, the year of publication and the page number where the cited direct quotation is to be found.
Example: (Deleuze cited in Alliez, 1996, p. 49)

7. 7. If the same brackets include two or more works by different authors, these will be separated by semicolons.
Example: (Aguerre, 2007; Rincón, 2006).

7. 8. If the text already mentions the author's surname, it is not necessary to repeat it in brackets. Just the year and the page number, if appropriate.
Example: Rincón (2006, p. 17) holds that "communication is, then, a powerful means to understand these times".

If the text includes, besides the author's surname, the year of publication, it is not necessary to repeat that date in brackets either.

Example: In 2006, Rincón holds that "communication is, then, a powerful means to understand these times" (p. 17).

8. **Footnotes.** Notes must not exceed 80 words; they should provide explanations, commentaries or any other additional information that could broaden or clarify the content of the contribution. No Latin abbreviations should be used.

9. **List of references.** At the end of the article, a new page should be added, bearing the legend "References" at the center of the line. It includes the surnames of the authors in alphabetical order; only those materials mentioned or directly referred to in the contribution (i.e. by direct quotation, paraphrase or description) must be chosen for this list. Each entry is aligned left with hanging indentation and includes the following data:

9. 1. Author

a. One starts by writing the surname and then the initial (s) of the name of the author (s), separated from the surname by a comma. No more than seven authors should be presented. The name of the last author is preceded by a comma followed by "Et".
Example: O'Sullivan, T., Hartley, J., Saunders, D., Montgomery, M., & Fiske, J. (1997).

b. If there are more than seven authors, in the references the surnames and initials of the first six authors are written, then ellipses are added, and the surname and initial of the last author are then written.
Example: Arias, M. F., Bentivenga, J., Coppola, N., Donini, A., Fernández Lamarra, N., Gorostiaga, J.,... Zamboni, P. (2012).

c. The people in charge of the publication (editors, compilers, directors, coordinators, organizers) take

the place of the author and after their name one adds the role they played, in brackets and in abridged form.
Example: Ojeda, M. A. N., & Grandío Pérez, M. del M. (Coords.). (2012).

d. When the authors are institutions or organizations, such as Real Academia Española (RAE) or American Psychological Association (APA), their name is written complete and a full stop is placed afterwards.

9. 2. Year of publication. It is separated from the name of the author by a full stop, is displayed in brackets and followed by another full stop.

9. 3. Title

a. Titles of books, journals, periodical publications, works of art, films, videos, and TV programs should be written in italics and followed by a full stop.
Example: Ojeda, M. A. N., & Grandío Pérez, M. del M. (Coords.). (2012). *Estrategias de comunicación en redes sociales. Usuarios, aplicaciones y contenidos.*

b. The title of a book chapter goes without quotation marks, in regular font. After a full stop, the word "In" is then written, followed by the name's initial and last name of the author or the authors or persons responsible for the publication. Followed by comma, in italics, the title of the book containing it is then written.
Example: Noguera Vivo, J. M. (2012). Los cambios en el discurso global de Twitter: trending topics y la nueva televisión. In M. A. N. Ojeda & M. del M. Grandío Pérez (Coords.), *Estrategias de comunicación en redes sociales. Usuarios, aplicaciones y contenidos* (pp. 51-62).

c. The title of an article from a journal goes in regular font, without quotation marks, and is followed by a full stop, right after the title of the publication that includes it (in italics), a comma and the Arabic numeral (likewise in italics) corresponding to the

volume of that publication. If in addition to the volume, the publication has a number, it is written in parentheses next to the volume, but without italics.
Examples:

Aguerre, C. (2007). Los derechos de autor. Entre el equilibrio y la incompatibilidad. *Dixit*, 2

López-Escobar, E. y Llamas, J. P. (1996). Agenda-setting: investigaciones sobre el primer y el segundo nivel. *Comunicación y Sociedad*, 9(2)

9. 4. The place of publication (when it is within the United States is placed, separated by commas, the city and the acronym corresponding to the state; in other places should be indicated, also separated by comma, city and country) is placed following the title of the document. Then, a colon is placed and the publishing house is indicated (or the producer if it is a film or the name of the museum including the work of art, etc.). The term "publishing house" is not necessary in Spanish or in any other language (publisher, Verlag, editrice...) except when accompanied by an adjective; in that case, both make up the name of a publishing house: for example, Editorial Sudamericana. Abbreviations like Ed., Ltd., Co., Inc., among others, are not included either. In the case of an article in a journal, the name and the volume of that journal substitute for the city of publication and the publisher.
Examples: New York, NY: Mc Graw-Hill.
Pretoria, Sudáfrica: Unisa.

9. 5. Page numbers are listed in the references only when book chapters or journal articles are cited. In the first case, they are indicated in parentheses, preceded by the abbreviation "pp.", next to the title of the book that contains the chapter (see example in 9.3.b). Instead, they go without abbreviation and immediately after the volume number of the publication, separated by a comma, when it is a magazine article (see example in 9.6).

9. 6. For documents retrieved online, after writing the complete reference (depending on the type of document), it follows a full stop and next, the Digital Object Identifier (DOI) is written. If the document doesn't have DOI, the words "Retrieved from" must be written followed by the complete URL (Uniform Resource Locator) of the website where the document was obtained. Do not place a point after the DOI or the URL, and the date of recovery of the document is added only when it is known that it is susceptible of modifications.

Example without DOI:

Izaguirre, M. (2011). El arte de saber movilizar saberes. *Dixit*, 15, 27-33. Retrieved from <http://revistadixit.ucu.edu.uy/?table=articles&ID=21f348ab76a582d327894afa17bb0763&taction=detail>

Example with DOI:

Scherer, K. R. (2005). What are emotions? And how can they be measured? *Social Science Information*, 44(4), 695-729. doi:10.1177/0539018405058216

Example of a list of references:

References

Aguerre, C. (2007). Los derechos de autor. Entre el equilibrio y la incompatibilidad. *Dixit*, 2, 24-30.

American Psychological Association. (2010). *Manual de publicaciones de la American Psychological Association*. Mexico DF, Mexico: El Manual Moderno

Arias, M. F., Bentivenga, J., Coppola, N., Donini, A., Fernández Lamarra, N., Gorostiaga, J.,... Zamboni, P. (2012). La educación superior en Argentina. En *Red Iberoamericana de Investigaciones en Políticas Públicas, La educación superior en el MERCOSUR: Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay hoy* (pp. 21-113). Buenos Aires, Argentina: Biblos.

Balcázar, P., González-Arratia, N. I., Gurrola, G. M., &

Moysén, A. (2005). *Investigación cualitativa*. Toluca, México: Universidad Autónoma del Estado de México.

Balsa, M., & Bugallo, B. (2011). *Industrias creativas y propiedad intelectual*. Montevideo, Uruguay: Dicrea.

Dutto, M. C., Soler, S., & Tanzi, S. (2008). *Palabras más, palabras menos. Herramientas para una escritura eficaz*. Montevideo, Uruguay: Editorial Sudamericana-Universidad Católica del Uruguay.

Izaguirre, M. (2011). El arte de saber movilizar saberes. *Dixit*, 15, 27-33. Retrieved from <http://revistadixit.ucu.edu.uy/?table=articles&ID=21f348ab76a582d327894afa17bb0763&taction=detail>

López-Escobar, E. & Llamas, J. P. (1996). *Agenda-setting: investigaciones sobre el primer y el segundo nivel*. *Comunicación y Sociedad*, 9(2), 9-15.

Noguera Vivo, J. M. (2012). Los cambios en el discurso global de Twitter: *treanding topics* y la nueva televisión. En M. A. N. Ojeda & M. del M. Grandío Pérez (Coords.), *Estrategias de comunicación en redes sociales. Usuarios, aplicaciones y contenidos* (pp. 51-62). Barcelona, España: Gedisa.

Ojeda, M. A. N., & Grandío Pérez, M. del M. (Coords.). (2012). *Estrategias de comunicación en redes sociales. Usuarios, aplicaciones y contenidos*. Barcelona, España: Gedisa.

O'Sullivan, T., Hartley, J., Saunders, D., Montgomery, M., & Fiske, J. (1997). *Conceptos clave en comunicación y estudios culturales*. Buenos Aires, Argentina: Amorrortu.

Rincón, O. (2006). *Narrativas mediáticas. O cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento*. Barcelona, España: Gedisa.

Scherer, K. R. (2005). What are emotions? And how can they be measured? *Social Science Information*, 44(4), 695-729. doi:10.1177/0539018405058216