



REVISTA ANDALUZA DE COMUNICACIÓN

Ámbitos

ISSN: 1139-1979

ambitoscomunicacion@us.es

Universidad de Sevilla

España

Cuvardic, Dorde; Sanabria, Carolina  
EXPOSICIÓN, ATENCIÓN Y DISTRACCIÓN EN LOS PROCESOS COMUNICATIVOS  
Ámbitos, núm. 20, 2011, pp. 29-41  
Universidad de Sevilla  
Sevilla, España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16821321002>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

## EXPOSICIÓN, ATENCIÓN Y DISTRACCIÓN EN LOS PROCESOS COMUNICATIVOS

Dorde Cuvardic  
dcuvardic@yahoo.com  
Carolina Sanabria  
csanabriacr@yahoo.com  
(Universidad de Costa Rica)

**Resumen:** El objetivo de este artículo es analizar la importancia que tiene la exposición, atención y la distracción en incentivar el procesamiento de los mensajes de los procesos comunicativos contemporáneos. Al investigar las más diversas situaciones comunicativas (televisiva, cinematográfica, radiofónica, comunicación mediada por computadora), todas las tradiciones en los estudios de recepción se ocupan de destacar el papel decisivo que reviste la exposición y la atención en los procesos cognitivos, emotivos y psicoanalíticos activados durante el procesamiento de los mensajes.

**Palabras-clave:** Exposición, atención, dispersión, recepción, inclusión.

*Abstract: The purpose of this article is to analyze the importance of the exposition, attention and distraction in encouraging the processing of messages in the current communicative processes. While researching diverse communicative situations (t.v., movies, radio, communication through computers) the traditional studies on reception focus on underlying the important role accompanying exposition and attention in the cognitive, emotional and psychoanalytic processes that are activated while processing messages.*

*Keywords: Exposition, attention, distraction, reception, inclusion.*

### 1. INTRODUCCIÓN

Conocer, representar y comunicar son las tres funciones cumplidas por cualquier proceso comunicativo. Para que sean activadas estas tres funciones, debe darse como primer paso la exposición a los mensajes. A partir de aquí, se desarrollará la atención del destinatario, en quien se desarrollarán procesos cognitivos, emotivos y conductuales. El objetivo de este artículo es, precisamente, destacar la importancia de la exposición y a la atención a las tecnologías como condición necesaria al procesamiento de los mensajes.

#### 1.1. El primer paso de los procesos de recepción: las condiciones de exposición a los mensajes

Un tópico trabajado por los teóricos de la comunicación es el de las condiciones de exposición a los mensajes<sup>1</sup>, tan importantes en los modelos psicosocial,

<sup>1</sup> También es posible relacionar el concepto de condiciones de exposición con el de circunstancia, utilizado por Rodrigo Alsina para la situación de audición instaurada por la radio. (Rodrigo Alsina, 1995: 126).

psicoanalítico y sociológico culturalista<sup>2</sup>. Estas condiciones están sometidas a diferentes situaciones de sociabilidad<sup>3</sup>. Si los medios tienen un impacto o influencia en los individuos, se dará en primera instancia como experiencia (Gunter, 2000: 93), es decir, como experiencia iniciada en un lugar físico, donde intervienen mediaciones conformadas por comunidades de apropiación o significación (familia, escuela, barrio) (García Canclini en Sunkel, 1999: 26-49). Todo ello conforma el espacio de exposición.

Ciertos espacios fijos se dedican al establecimiento de experiencias comunicativas específicas. En estos casos, se 'obliga' al individuo a asistir o presentarse en un lugar determinado. El espacio de recepción está preparado de tal manera que el mensaje expuesto sea procesado en términos perceptivos por el receptor con el menor 'ruido' ambiental posible. En estas situaciones, las condiciones de exhibición son las que incentivan la percepción a los mensajes: sala cinematográfica, sala de teatro y danza, experiencias de simulación en parques temáticos...

Vidali habla a ese respecto sobre el requisito de un entorno físico convenientemente adecuado para que la experiencia cinematográfica tenga éxito: "El cine requiere una situación específica, una decisión, un antes y un después: es un evento determinado en el espacio y en el tiempo de nuestra jornada" (1995: 263). Más allá de los espacios permanentemente planificados para servir a una recepción lo más eficaz posible, otros lugares pueden adaptarse para quedar configurados como espacios ocasionales de experiencias comunicativas específicas. Este es el caso, en situaciones privadas, de la sala de estar, convertida en sala para mirar y escuchar la televisión. En el espacio público, a raíz de la aparición de internet, restaurantes o salas de espera han habilitado sectores debidamente pertrechados para la recepción del sistema Wi-Fi (*Wireless Fidelity*). Por fin, otros espacios no necesitarán modificación alguna del entorno para que puedan desarrollarse las situaciones comunicativas, como el uso del teléfono inalámbrico en una habitación.

---

<sup>2</sup> Las condiciones de exposición no sólo interesan a la psicología social de la comunicación, sino que también es un tópico de investigación muy trabajado dentro de las tradiciones de los Estudios culturales y de uso y gratificaciones. Privilegiadamente, los hogares han sido investigados como los escenarios en los que se desenvuelven las relaciones de poder y las interacciones conversacionales entre los miembros de las familias en situaciones de uso de los medios o en situaciones de discusión sobre los mismos. Este artículo, en cambio, se ocupa ante todo de las condiciones de exhibición como factor que impulsa el procesamiento individual cognitivo y psicoanalítico de los mensajes.

<sup>3</sup> Existen diferentes grados de sociabilidad en la exposición del individuo hacia el mensaje exhibido. Algunas exposiciones se realizarán en contextos de sociabilidad colectiva; otras, en contextos individuales. Relacionada con la atomización del ciudadano en la modernidad, aparece la experiencia comunicativa aislada (alejamiento de actividades socializadoras). Excepciones, en cierto grado, son la experiencia cinematográfica y ciertos espectáculos públicos como los conciertos o las representaciones teatrales. No sólo en los conciertos de la llamada música clásica, en auditorios a oscuras, se propicia la actitud ensimismada: en los conciertos de música popular también se dan este tipo de experiencias, específicamente con experiencias arrobadoras que los mismos asistentes señalan como experiencias 'alucinantes'. Algunos media son intrínsecamente más solitarios y otros bastante sociables (McQuail, 2000: 467). Con el término sociabilidad de los usos de las tecnologías comunicativas debe puntualizarse que estamos hablando del contexto de consumo o procesamiento (individual determinado socialmente) interpretativo de los mensajes. Cuando la sociabilidad en el uso es mínima, la atención será solitaria, mientras que si es máxima, la atención será grupal y, por lo tanto, sometida a condiciones como las interrupciones, la dispersión del interés... Las nuevas tecnologías parecen amedrentar la sociabilidad en su uso: su transportabilidad evita a su usuario reunirse con otras personas en un espacio físico determinado, como sucede con el caso del cine.

La utilización o uso de las tecnologías en condiciones de exhibición específicas se desarrollan en comportamientos tales como asistir al cine, mirar la televisión, escuchar la radio o leer los periódicos y las revistas<sup>4</sup>. Unas condiciones expositivas favorables permitirán iniciar el procesamiento cognitivo de los mensajes. Limitan o favorecen, según los casos, la atención a los contenidos y a los formatos, como sucede, en el caso de la publicidad, con los carteles ubicados al lado de las carreteras. Las condiciones expositivas incidirán en el aislamiento senso-perceptivo: las luces apagadas de los cines y de los teatros; los audífonos, en el caso de los MP3 y 4... Si las condiciones son propicias, cuando hay interés, la concentración aumentará, el usuario se abstraerá del medio ambiente circundante y el procesamiento interpretativo cognitivo y psicoanalítico será mayor.

La transportabilidad de las llamadas nuevas tecnologías de la comunicación ha permitido la diversificación de las situaciones de exhibición de los mensajes. Rodrigo Alsina utiliza el ejemplo más famoso, el del transistor, cuyo tamaño ha permitido que la sintonización de las emisoras se realice en circunstancias comunitativas plurares (1995: 126). Un proceso similar ha experimentado el ordenador, que ha logrado superar las funciones de la percepción cognitiva –visualización, impresión y escritura– al incluir lo que Bruno Latour llama las posibilidades de la movilización (1998: 86). La disminución de su tamaño y su peso ha permitido que aumente su movilidad. Los ordenadores portátiles, en sus variadas medidas, con modelos que van desde el *laptop* hasta el *netbook* o incluso el *palm*, están pensados para usarse incluso en sitios públicos: sus usuarios, en estos casos, se retraen perceptivamente del entorno. El aislamiento algunas veces potencia la inmersión en las realidades virtuales de las nuevas tecnologías.

Teóricamente, en ciertas condiciones de exposición a los mensajes, la atención conferida a una tecnología comunicativa viene a ser total o parcialmente incompatible con la prestada a otra tecnología cuyo instrumental es activado de manera simultánea, ya sea a través de la diversificación de funciones en una misma tecnología o de la disponibilidad simultánea de varias de estas últimas. En ocasiones, se aplican medidas punitivas que tienen que ver con las consecuencias de la pérdida de atención, como la del conductor del automóvil cuando conversa por el teléfono móvil. Si bien en la sociedad actual, como afirma Colombo, se puede plantear el auge de “un entorno tecnológico que se emparenta cada vez más con una especie de nueva naturaleza envolvente y penetrante” (en Bettetini y Colombo, 1995: 255), la transportabilidad o la acumulación de estas tecnologías en un solo lugar hace que sus potencialidades perceptivas –que involucran no sólo los ojos sino también el tacto (Latour 1998)<sup>5</sup>–, cognitivas y psicoanalíticas entren en conflicto. En un entorno tecnológico caracterizado por la transportabilidad y manejabilidad de los instrumentos, aumenta la posibilidad de que un sujeto quede expuesto

---

<sup>4</sup> Para destacar la dificultad de operacionalizar estos conceptos, Gunter ofrece diferentes definiciones del lector del periódico: es aquella persona que lee todos los días el periódico o solo ocasional, o bien aquella persona que lo lee completamente o bien algunas de sus partes, como los titulares, u observando sólo sus ilustraciones (2000: 93). Hay, pues, muchas formas de consumir un producto cultural.

<sup>5</sup> Las tecnologías más recientes apuntan a una expansión cada vez más comercial de las pantallas táctiles, del tipo que se trate: televisión, ordenador, teléfono móvil, etc.

simultáneamente a diversos procesos comunicativos: así ocurre cuando en una sala de cine el espectador interrumpe el visionado de la película para escribir un mensaje de texto en su móvil.

### **1.2. El segundo paso de los procesos de recepción: atención e implicación**

La atención favorecida por las condiciones de exhibición es casi siempre visual. Cray ha estudiado la atención en su libro *Suspensiones de la percepción*, relacionándola con los mecanismos de poder, como un mecanismo focaultiano de control interiorizado. En procesos comunicativos orientados hacia el espectáculo (cine, teatro, opera), centra su análisis en las “condiciones que individualizan, inmovilizan y separan a los sujetos” (2008: 78), es decir, a los espectadores, unos de otros.

La experiencia informática no es la primera interacción comunicativa que establece un espacio subjetivo virtual al separar al individuo del espacio circundante. También ha sido desarrollada conceptualmente por la teoría de la comunicación la experiencia de la lectura, la de la escenificación teatral, la de la proyección cinematográfica... En todos estos procesos comunicativos el usuario establece relación con objetos materiales -monitores de ordenadores, las pantallas cinematográficas, los televisores-, en espacios físicos singulares (habitaciones, oficinas, salas), y se accede posteriormente a una experiencia *virtual*.

Los procesos de inmersión en realidades virtuales no sólo se presentan en situaciones presenciales (como la observación de un cuadro), sino también al usar aquellos instrumentos técnicos que acercan lo lejano, que permiten al ser humano experimentar la experiencia de la telestesia. El telescopio, el catalejo y los prismáticos fueron los primeros instrumentos técnicos que permitieron al *voyeur* acercarse al objeto de observación de manera virtual, mientras se mantenía físicamente lejos de este último. Más tarde se han incorporado las cámaras (fotográficas, filmicas), con lo que el acto de la 'visualización', como revela Hitchcock en la célebre entrevista a Truffaut (1991), se vuelve generalizable a prácticamente cualquier sujeto. Azoteas y ventanas son los privilegiados lugares de la observación del usuario de estos instrumentos. Es el célebre caso del telescopio utilizado por James Stewart en *La ventana indiscreta* (1954)<sup>6</sup>, que ha dado pie a incontables variaciones, con personajes casi siempre introspectivos y asociales, que emplean artificios de acercamiento de la mirada para capturar imágenes de sus objetos de deseo a través de lentes de cámaras fotográficas o de filmación. En estos casos, no sólo basta procurar un acercamiento, sino también guardar la imagen para la posteridad. En cualquier caso, con la difusión de medios de comunicación audiovisuales como la televisión, el computador o los sistemas de vigilancia, la observación ya no necesita salir a la calle, sino que es la imagen la que busca al espectador. Actualmente, el deseo de la mirada se proyecta a realidades virtualmente cercanas –o hace cercano lo virtualmente lejano, como es el caso de las cada vez más cotidianas imágenes de la tierra captadas desde cámaras las satelitales–.

<sup>6</sup> Es una de las películas más analizadas de Hitchcock, sin duda por la espiral (refracción) que crea el placer asimismo voyeurista de los investigadores (voyeurs-intérpretes) de analizar voyeurs, sus alter-egos.

Las condiciones materiales de *exhibición* incentivan estos procesos 'envolventes'. Así, por ejemplo, señalan Casetti y di Chio, que "el espectador de cine, precisamente por la situación en que se encuentra, y a causa del material al que se enfrenta, puede ser comparado con el sujeto que sueña" (1994: 183). Las condiciones de proyección, para Baudry, junto con la base técnica cinematográfica, la película como texto y la maquinaria mental del espectador, vienen a conformar el aparato o dispositivo cinemático (totalidad de las operaciones interrelacionadas que estructuran la situación de visionado), que en términos psicoanalíticos se define como estado de sueño (en Nichols, 1985: 541-542). El concepto de aparato cinemático se debe al concepto althusseriano de interpelación y, en este sentido, las condiciones de proyección activan, mediante la interpelación, la maquinaria mental del espectador. El resultado de la interpelación psicoanalítica, desde esta tradición, es la total sujeción del espectador a la realidad virtual. Para Baudry, en las condiciones de proyección de un película en una sala se "reconstruye la situación necesaria para el establecimiento de la 'fase del espejo' descubierta por Lacan" (en Nichols, 1985: 539) que apunta a la total identificación del espectador con la realidad representada, sustentado por la teoría narcisista. La oscuridad de la sala<sup>7</sup>, la reducción de la actividad motora, el aislamiento de los cuerpos, su abandono, el aumento de la percepción visual como compensación de la falta de movimiento físico son factores similares a las condiciones que se presentan en la actividad de soñar (Altman en Nichols, 1985: 524-525, Aumont et al 1996, Casetti 1994: 183, Stam, Burgoyne y Flitterman-Lewis 1999: 169).

En el establecimiento de otras situaciones comunicativas se puede hablar, si las condiciones de exhibición son propicias, de otras experiencias envolventes. Existen otros aparatos, como el televisivo, que poseen sus propias condiciones de exposición (en hogares o lugares públicos), su propia base técnica, su específico proceso productivo (con sus estaciones o centros) y receptivo, su particular programación-texto (por ejemplo, en los géneros) y la respectiva maquinaria mental del espectador (preparado para visionar un flujo constantemente interrumpido, fragmentario, de imágenes).

Las condiciones de exposición para que aparezca una situación envolvente son menos favorables en la situación televisiva que en la cinematográfica (luces encendidas en el salón que entorpecen el aislamiento, así como otras fuentes de sonido y distracción). Sin embargo, si se dan las condiciones físicas (sala a oscuras), sociales (ausencia de interacción entre los sujetos presentes) y psicológicas (interés apropiadas, se consigue un entorno físico que predisponga a una recepción televisiva psicoanalíticamente envolvente. Ya en 1962 hablaba Eco de los análisis realizados hasta ese momento sobre

la particularísima relación de comunicación entre televisión y público, nueva por la misma disposición ambiental de los receptores, agrupados en entidades numérica y cualitativamente diferentes de aquellas de los asistentes a otros espectáculos (como para permitir al individuo un margen máximo de aislamiento y como para hacer pasar a un segundo plano el factor 'colectividad') (1992: 228).

<sup>7</sup> En términos de las condiciones de exposición, Bordwell destaca que "[l]a oscuridad reduce la información visual que pudiera distraernos y aísla la película para nuestra concentración. Y cuando el perceptor está acostumbrado a los niveles de luz más bajos, la fusión y el efecto de movimiento aparente funcionan con más fuerza" (Bordwell, 1996: 32).

En otras palabras, se puede adaptar la teoría psicoanalítica del aparato cinematográfico con la finalidad de construir una teoría del aparato televisivo. Interesa destacar que el individuo, desde esta teoría, queda posicionado como sujeto espectador. Vidali traslada este argumento al mundo informático al destacar que si el medium televisivo coloniza los espacios de las experiencias diarias hasta el punto de que casi se disuelve la distinción entre el entorno cotidiano y el audiovisual, con el medium virtual del mundo de la computación se llega más lejos al producirse la identidad entre la experiencia personal y el entorno informático –proceso al que llama *inclusión*– (Vidali en Bettetini y Colombo, 1995: 264). Un término cercano que también nos permite analizar la experiencia de la realidad virtual, desarrollado a partir de la teoría psicoanalítica del espectador, es el de implicación<sup>8</sup>.

La experiencia psicoanalítica de la inclusión constituye un lugar o mundo virtual que rediseña las relaciones ontológicas del sujeto, es decir, sus relaciones espaciales, temporales, identitarias... (Vidali en Bettetini y Colombo, 1995: 279). El mundo virtual no existe en tanto el individuo no establezca una relación con formatos y contenidos tecnológicamente diseñados, sensorialmente percibidos, cognitivamente interpretados y psicoanalíticamente experimentados. La predisposición al interés y a la atención contribuirá al trabajo senso-perceptivo del individuo y al desencadenamiento de los procesos psicoanalíticos, como ocurre con el espectador de un partido de fútbol, que presta atención exclusiva al rectángulo del campo, o con el indiscreto observador sentado en la silla de una cafetería, que observa sólo uno de los detalles del espectáculo de la calle. En otras situaciones, encontrándose en un ambiente física y psíquicamente apropiado, el usuario accederá, concentrando su atención, al procesamiento masivo y fluido de los más diversos tipos de signos. Se llega a este estado en un instante de transición no asumido como tal por el que lo experimenta<sup>9</sup>.

Un ejemplo de inclusión, como ya dijimos, es el promovido por el uso del ordenador. No es posible obviar su similitud con la experiencia perceptiva de la situación comunicativa televisiva. La cercanía física en la que se encuentra el usuario en relación con la pantalla (de los televisores en formato panorámico y de los ordenadores) da como resultado la casi completa equiparación del campo de visión del primero con la superficie de la segunda. La distancia física que media entre el observador y lo observado se encuentra reducida drásticamente, al igual que en la lectura tradicional. La experiencia inclusiva resultante, necesaria para que en la experiencia personal se cumpla la identificación entre mundo empírico y entorno informático, queda potenciada al máximo. Sin ser el único factor, la exposición interviene en el estado de inclusión resultante. Debe precisarse que la distancia pertinente para un procesamiento cognitivo y una implicación psicoanalítica

<sup>8</sup> Como dice Mc Quail, "cuanto más 'atrapado' o 'cautivado' por la experiencia mediática se quede un miembro de una audiencia, mayor es su implicación" (2000: 479).

<sup>9</sup> Ramírez Molas trata de este instante o momento de acceso a este estado: "El carácter estático del instante vital no dimana del fenómeno psíquico del arrebat, rapt o transporte a un fuera de sí -aunque tanto la experiencia mística, como un sentimiento tenso o una reacción colérica pueden tener mucho de instantáneo- porque [...] la energía del instante consiste precisamente en instar al ensimismamiento. El instante es extático en sí mismo, porque rompe la continuidad de la sucesión y coagula el pretérito, el presente y el futuro en un tiempo en el que no cuentan el antes ni el después" (1978: 51).



favorable diferirá en cada caso, en cada circuito comunicativo. Por ejemplo, en una situación como la *pictórica*, la contemplación requiere necesariamente de un alejamiento que, de acuerdo con Gombrich, haga desaparecer la sensación de las pinceladas visibles y permita la aparición de la ilusión referencial: "La distancia respecto a la tela debilita la capacidad de discriminación del observador, y crea una borrosidad que moviliza su facultad proyectiva" (2002: 186). En la situación cinematográfica ocurre algo similar: la excesiva cercanía de la pantalla impide al espectador una adecuada percepción de la imagen proyectada, mientras que cierta lejanía es más favorable para la actividad de procesamiento de la información.

Al considerar la tecnología mediada por computadora, deben destacarse también aquellas experiencias comunicativas cuyas condiciones de exhibición, que cumplen la función de aislar del entorno circundante, impulsan la inclusión psicoanalítica y el procesamiento cognitivo. Es el caso de los mundos virtuales *on line*, "una extensión natural del mundo virtual que nuestros usuarios están constuyendo", según Joe Miller, vicepresidente de Linden Lab, la sociedad propietaria de *Second Life* (*Metro* 01/03/2007: 18). Otras experiencias comunicativas suponen una alta inmersión, como la de la recepción del MP3 (cuyos auriculares cumplen con la función de aislar auditivamente a los usuarios de los sonidos del medio ambiente) y, en menor medida, la del teléfono móvil. Estas experiencias, además de incentivar el procesamiento interpretativo de los sonidos, incentivan en el oyente un estado de desconexión mental del llamado mundo real. Casos parecidos también se presentan con la visión, en la experiencia comunicativa de observación de diversos formatos fotográficos (Sontag, 1981). Al observar fotografías detenidamente, a partir de un compromiso emotivo suficiente, el medio ambiente desaparece y la imagen aparece con su mayor nivel de 'realidad': la entidad ausente parece cobrar vida y hacerse presente ante el observador. Se habla del efecto de realidad de las imágenes, de su efecto animista. En estas ocasiones, ¿no se puede explicar el establecimiento de toda actividad comunicativa como la aplicación del impulso nostálgico de unión con lo ausente?

Si las investigaciones mediáticas postmodernas destacan la importancia de la construcción del sentido (la subjetividad) en los procesos comunicativos (Harms y Dickens, 1996: 223), en el marco de este último paradigma es pertinente analizar la experiencia subjetiva establecida a partir de la exposición a los más diversos estímulos.

Otros conceptos procedentes de la literatura psicoanalítica también permiten caracterizar diversos procesos de implicación a partir de los que se activa la realidad virtual. Para el caso de la televisión, Rosengren y Windahl diferencian, en primer lugar, el estado de captura, en el que se desarrollan dos tipos de relaciones mediáticas, una de interacción, que tiene lugar cuando alguien se imagina como participante en la acción narrada, y otra de identificación con un personaje de la pantalla (1996: 475-476, 479). McQuail afirma que cuando ambos tipos de relaciones se establecen "surge un estado de 'captura' que constituye el grado más intenso de 'implicación'" (2000: 476). También para el caso de la televisión, Noble, por su parte, se refiere a conceptos similares como el de la identificación, usado para comprender el proceso de experimentar las mismas emociones y sucesos que el personaje de la narrativa visualizada, proceso que implica cierta pérdida de la identidad personal, y el



de reconocimiento (similar a la relación de interacción de Rosengren y Windahl) (en Mc Quail, 2000: 476). En este último caso, el espectador interacciona con los personajes como si fueran personas de la vida real. Por supuesto, estos procesos también se dan en otras situaciones comunicativas narrativas, como la cinematográfica, que Metz trabaja a partir de conceptos lacanianos y que da a conocer bajo el nombre de identificación primaria y secundaria. Metz llama identificación cinematográfica primaria a la establecida con la cámara: “al identificarse a sí mismo como mirada, el espectador no puede hacer más que identificarse también con la cámara, que ya ha mirado antes que él lo que él está mirando ahora” (2001: 64). La identificación cinematográfica *primaria* es “aquella por la que el espectador se identifica con su propia mirada y se experimenta como foco de la representación, como sujeto privilegiado, central y trascendental de la visión” (Aumont et al, 1996: 264). Se trata de una identificación necesaria, a su vez, para que se dé la identificación cinematográfica secundaria, asentada en bases aristotélicas, sobre la participación empática (πάθος) del espectador con la suerte de los personajes, en términos de temor y piedad.

En los formatos narrativos de las nuevas tecnologías el *usuario informático* también puede participar de estos procesos. Tiene que ver con el *estado de captura* en la narración de un juego informático (en relación con el personaje protagonista). De igual manera, en los juegos de disparar a matar, el usuario asumirá —a través de la identificación primaria, fomentada a través del mecanismo conocido como cámara subjetiva—, el ángulo de observación del personaje que empuña el arma<sup>10</sup>. En muchas ocasiones esta situación conlleva la complejización de un desdoblamiento esencial que a su vez compromete su identidad, no siempre en correspondencia con su autoimagen (Sanabria, 2011: 258).

La implicación es, en el ámbito de la experiencia individual, similar a la experiencia colectiva liminal, estudiada por Victor Turner como experiencia de sentimientos compartidos típica de los procesos rituales (1988). Como en cualquier rito de pasaje (van Gennep, 1986), acceder a un estado de trance, ensimismado, implica para cualquier consumidor de una tecnología comunicativa (desde un libro hasta un ordenador) materializar su inclusión en un mundo imaginado facilitado por el aparato o dispositivo respectivo. Tiene que ver con lo que Català trabaja bajo la denominación de *interfaz*, que permite convertir la básica pasividad de la identificación en una función activa, de la que aquella sólo acostumbra a disfrutar, pasajeramente, en su culminación catártica (2001, 2010). Esta idea de implicación o inclusión, que caracteriza la interacción del espectador con la representación de un mundo virtual, es una experiencia de transporte fuera del mundo empírico que se puede aplicar a las más diversas manifestaciones artísticas (Garassini y Gasparini en Bettetini y Colombo, 1995: 70). Lo mismo se puede plantear sobre la participación en los mundos virtuales paralelos del mencionado tipo de *Second Life* y, en menor grado, sobre la experiencia cinematográfica del 3-D.

<sup>10</sup> En algunas ocasiones de este tipo pero que contienen mayor elaboración narrativa, se produce una problematización de la identidad a raíz del fraccionamiento, que muchas veces tiene destilaciones siniestras (Sanabria, 2006: 204), como lo sugiere Laurie Taylor a partir de una reflexión de *The X-Files Games* en la que el periplo de su protagonista lo enfrenta a una situación especular: “Thus, the gaze (visual perception) is outside of the subject and the subject reclaims the gaze and makes it a part of herself, and this includes her perception of her own representation. The uncanny effect of the gaze is that in it, one makes of oneself the object of perception, not the agent of perception, which is outside” (Taylor, 2003: 3).

La situación comunicativa implicativa, inclusiva o ensimismada corresponde al estado de flujo de disfrute que, según Csikszentmihalyi, tienen aquellos sujetos que se encuentran bajo un estado de intensa concentración cuando están comprometidos (controlando al mismo tiempo su desarrollo) en actividades artísticas e incluso deportivas (en Fredin, 1997: 5). El *arrob* de un espectador ante un cuadro o mural o la concentración de un atleta antes de lanzar un disco constituyen también situaciones comunicativas implicativas, inclusivas o ensimismadas que incentivan la interpretación activa de los estímulos externos. Así, cognitivamente hablando, un historiador de arte, en su *arrob* ante unos frescos italianos, programará la lectura de la pintura, mientras que el atleta preveerá, de acuerdo con la información que posee, la evolución de su carrera.

Con la experiencia de la inclusión psicoanalítica aparece el efecto de realidad, la experiencia de vivir como reales experiencias ontológicas virtuales. Como ya dijimos, este proceso es llamado por la teoría psicoanalítica del cine con el concepto estado de sueño –o de hipnosis, al decir del director Bigas Luna<sup>11</sup>–, incentivado por las condiciones de visionado de las películas, que permiten al espectador entrar en un régimen de creencia absoluta en la realidad ontológica de la representación discursiva ofrecida. Precisamente, se conoce como efecto de ficción aquella impresión de realidad intensificada por el estado de sueño (Stam, Burgoyne y Flitterman-Lewis, 1999: 169). El sujeto se sumerge en una realidad subjetiva que cobra carácter de realidad empírica. Lo real es lo posible. En términos de Morin, “[e]l cine introduce el universo del sueño en el seno del universo cinematográfico del estado de vigilia” (2001: 76)<sup>12</sup>.

Precisamente la caracterización metafórica de las situaciones comunicativas hace referencia, objetivándolo, al efecto de realismo; por ejemplo, el cuadro pictórico ha sido caracterizado de manera metafórica como ventana de inmersión en la 'realidad' y, asimismo, la pantalla de la televisión ha sido categorizada como ventana de acercamiento a un mundo más allá de nuestra habitación: una concepción heredada, en ambos casos, de la tradición albertiana de la representación. Cuando el sujeto se encuentra sumergido en una experiencia de realidad virtual, el artificio queda en suspenso. Lo singular se convierte en natural, lo fantástico en rutinario, precisamente, entre otros factores, por unas condiciones favorables al establecimiento de este proceso.

Por último, cabe analizar también la experiencia de la 'desactivación' de la implicación o inclusión psicoanalítica. Desaparece el estado de ensueño o de

---

<sup>11</sup> En una entrevista al director catalán sobre sus inicios cinematográficos, donde deja ver su interés en la relación, presente en algunas de sus películas, entre cine e hipnosis, llega a declarar que “el cinema és una experiència hipnòtica de per si. Això ja ho havia fet anteriorment a Bilbao i a Caniche, muntant la banda sonora amb cadències hipòtiques. És a dir, la hipnosi es basa a produir un estat de relaxament gran, i a partir d'aquest, amb unes determinades fórmules, produir un xoc, un susto, per entrar dintre d'alguna cosa més que el relaxament que és l'estat hipnòtic” (en Pàmies, 1987: 31).

<sup>12</sup> “El dinamismo del filme, como el del sueño, trastorna los marcos del tiempo y del espacio. La ampliación o la dilatación de los objetos en la pantalla corresponden a los efectos macroscópicos y microscópicos del sueño. En el sueño y en el filme los objetos aparecen y desaparecen, la parte representa el todo (sinécdoque). El tiempo se dilata, se reduce, se invierte. El suspense, las locas e interminables persecuciones, situaciones tipo del cine, tienen carácter de pesadilla. Se podrían señalar muchas otras analogías oníricas; tanto en el sueño como en el filme, las imágenes expresan un mensaje latente que es el de los deseos y temores” (Morin, 2001, 75).

ensimismamiento al distanciarse autorreflexivamente el espectador de la práctica emprendida previamente o cuando desaparecen algunas de las condiciones de exhibición orientadas a aislar perceptivamente al usuario (por ejemplo, la rotura de una bobina en el caso del cine, la caída de la red eléctrica en la pantalla del computador..). Sucede lo mismo en toda actividad de tipo analítico o reflexivo<sup>13</sup>. Al igual que todo sujeto acaba por despertarse del sueño, cuando alguien lo llama, el espectador también 'sale' de los procesos de inclusión psicoalíticos incentivados hasta entonces por los aparatos o dispositivos respectivos.

## **2. CONCLUSIÓN: LA DISPERSIÓN EN LAS SITUACIONES COMUNICATIVAS CONTEMPORÁNEAS**

Los procesos comunicativos se llevan a cabo a través de una amalgama de tecnologías cuyo uso es en gran medida personal. Son estas condiciones de exhibición individuales las que incentivarán en los usuarios posteriores procesos cognitivos y psicoanalíticos.

Precisamente porque esas condiciones materiales están al servicio del mercado, las modalidades de exhibición cambian. En estas condiciones, podemos afirmar que el aislamiento y la inmersión que caracterizó el consumo de los medios de comunicación en los siglos XIX y XX, sobre todo en los visuales, ha pasado a convertirse en dispersión, en virtud de los dispositivos técnicos comercializados en los albores del siglo XXI. El panorama previo de los mecanismos promotores de la implicación espectacular individual da paso a una nueva realidad que, paulatinamente, en las condiciones actuales, provoca la disgregación y la dispersión, en una realidad que se revela cambiante, saturada de estímulos sensoriales procedentes de la lógica dinámica del capital (Crary, 2008: 23).

Incluso aquellas situaciones comunicativas implicativas o inclusivas acrecentadas a partir de la posmodernidad –no casualmente capitalista–, han terminado convirtiéndose, conforme avanza el rápido desarrollo de nuevos dispositivos técnicos, en procesos que sufren 'desgarros'. Pese al desarrollo de nuevos mecanismos de inmersión (los simuladores en los parques de atracciones o el más reciente en cine, el comercial 3-D), está predominando la dispersión, a través de una competencia directa entre artilugios técnicos (teléfonos móviles, *i-pods*, agendas electrónicas). Ello ha motivado la toma de medidas 'disciplinarias' en la mayor parte de las salas de espectáculos, es decir, en situaciones comunicativas que favorecen la inmersión, implicación o inclusión, mediante infraestructuras que impulsan, mediante la oscuridad, la inmovilidad y el silencio, la activación del efecto de realidad. En estas últimas, antes de la presentación del espectáculo, se avisa a los espectadores que apaguen sus dispositivos técnicos personales, cuyo empleo durante la función podría eventualmente perturbar su desarrollo.

---

<sup>13</sup> Casetti y di Chio destacan que todo análisis de una producción audiovisual, como actividad diseccionadora, "ejerce el efecto de minar la fascinación de las imágenes y los sonidos provenientes de la pantalla. En la sala, el film, más que verse, se vive; cuando se nos hace presente y reversible, puede observarse, escrutarse y sopesarse, con la máxima atención, pero sin ningún tipo de abandono" [énfasis agregado] (1998: 20).

Estas situaciones comunicativas revelan hoy su fragilidad. La implicación favorecida por las condiciones de exposición tradicionales está en proceso de dislocarse.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AUMONT, J. *et al.*. (1996): *Estética del cine*. 2ª Ed. Barcelona: Paidós.
- BETTETINI, G. y COLOMBO, F. (eds.). (1995): *Las nuevas tecnologías de la comunicación*. Barcelona: Paidós.
- BORDWELL, D. (1996): *La narración en el cine de ficción*. Barcelona: Paidós.
- CATALÀ, J. M. (2001): "La rebelión de la mirada. Introducción a una fenomenología de la interfaz", *Formats*, Revista de Comunicación Audiovisual, 3, 2001, [http://www.iaa.upf.es/formats3/cat\\_e.htm](http://www.iaa.upf.es/formats3/cat_e.htm) [enero 2010].
- CATALÀ, J. M. (2005): *La imagen compleja. La fenomenología de las imágenes en la era de la cultura visual*. Barcelona: Servei de Publicacions, Universitat Autònoma de Barcelona.
- CATALÀ, J.M. (2010): *La imagen interfaz. Representación audiovisual y conocimiento en la era de la complejidad*. Bilbao: Universidad del País Vasco.
- CASSETTI, Francesco. (1994): *Teorías del cine (1945-1990)*. Madrid: Cátedra.
- CASSETTI, F. y DI CHIO, F. (1998): *Cómo analizar un film*. Barcelona: Paidós.
- CRARY, J. (2008a): *Las técnicas del observador. Visión y modernidad en el siglo XIX*. Murcia: CENDEAC.
- CRARY, J. (2008b): *Suspensiones de la percepción. Atención, espectáculo y cultura moderna*. Madrid: Akal.
- ECO, U. (1992): *Obra abierta*. Barcelona: Planeta-Agostini.
- FREDIN, E. (1997): "Rethinking the News Story for the Internet: Hiperstory Prototypes and a Model of the User", *Journalism and Mass Communication Monographs*.
- GENNEP, A. (1986): *Los ritos del pasaje*. Madrid: Taurus,.
- GOMBRICH, E. H. (2002): *Arte e ilusión*. 2a Ed. Madrid: Debate.
- GONZÁLEZ REQUENA, J. (1992): *El discurso televisivo: espectáculo de la postmodernidad*. Madrid: Cátedra.
- GUNTER, B. (2000): *Media Research Methods*. London: Sage.

HARMS, J. y DICKENS, D. (1996): "Postmodern Media Studies: Analysis or Symptom?", *Critical Studies in Mass Communication*, 13, p. 210-227.

LATOURET, B. (1998): "Visualización y cognición: pensando con los ojos y con las manos". En: *La balsa de la Medusa*, 45-46, p. 77-128.

MCQUAIL, D. (2000): *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. 3ª Ed. Barcelona: Paidós.

METRO (2007): "La voz llega a 'Second life'", 01 marzo, p. 18.

METZ, C. (2001): *El significante imaginario*. Barcelona: Editorial Paidós.

MORIN, E. (2001): *El cine o el hombre imaginario*. Barcelona: Paidós.

NICHOLS, B. (comp.) (1985): *Movies and Methods*. Berkeley, CA: University of California.

NOBLE, G. (1975): *Children in Front of the Small Screen*. Londres: Constable.

PÀMIES, S. (1987): "L'angoixa de Bigas Luna", *El temps*, 27 abril, p. 31-34.

RAMÍREZ MOLAS, P. (1978): *Tiempo y narración. Enfoques de la temporalidad en Borges, Carpentier, Cortázar y García Márquez*. Madrid: Gredos.

RODRIGO ALSINA, M. (1995): *Los modelos de la comunicación*. 2ª Ed. Madrid: Tecnos.

SANABRIA, C. (2011): *Contemplación de lo íntimo. Lo audiovisual en la cultura contemporánea*. Madrid: Biblioteca Nueva.

SONTAG, S. (1996): *Sobre la fotografía*. Barcelona: Edhasa.

STAM, R.; BURGOYNE, R. y FLITTERMAN-LEWIS, S. (1999): *Nuevos conceptos de la teoría del cine. Estructuralismo, semiótica, narratología, psicoanálisis, intertextualidad*. Barcelona: Paidós.

SUNKEL, G. (Coord.) (1999): *El consumo cultural en América Latina. Construcción teórica y líneas de investigación*. Santafé de Bogotá: Convenio Andrés Bello.

TAYLOR, L. (2003): "When Seams Fall Apart – Video Game Space and the Player". En: *Game Studies*, Vol. 3, Issue 2, December, <http://www.gamestudies.org/0302/taylor/> [enero 2010].

TURNER, V. (1988): *El proceso ritual*. Madrid: Taurus.

TRUFFAUT, F. (1991): *Hitchcock*. Madrid: Akal.

### **Breve semblanza biográfica de los autores**

**Dorde Cuvardic** es profesor de cursos de ideología de la imagen, análisis del discurso y literatura española en la Escuela de Filología Española, la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva, la Maestría en Artes y el Doctorado en Estudios de la Sociedad y la Cultura de la Universidad de Costa Rica. Tiene publicaciones en las áreas de la literatura, la comunicación y la cultura visual. Es doctor en Comunicación y Periodismo por la Universitat Autònoma de Barcelona.

**Carolina Sanabria** obtuvo su doctorado en Comunicación Audiovisual y Publicidad por la Universitat Autònoma de Barcelona. Actualmente es profesora catedrática en la Universidad de Costa Rica. Aparte de artículos especializados en el campo de la comunicación y la literatura, ha publicado los libros *Bigas Luna. El ojo voraz* (Laertes, 2010) y *Contemplación de lo íntimo. Lo audiovisual en la cultura contemporánea* (Biblioteca Nueva, 2011).

(Recibido el 08-03-2011, aceptado el 12-07-2011)