

# Los sistemas semantizadores de los Mass-media como sujeción del comunicador sensible

Ally Rafael Mendoza Rondón <sup>1</sup>

**Recibido:** 25-08-2015

**Aprobado:** 16-09-2015

*“La acción espiritual se transmite por símbolos. El conocimiento de las cosas se adquiere gracias a su apariencia, pero el corazón es el que refleja la consciencia de la realidad”.*

*Lin-Shieh (El último horizonte del budo)*

## Resumen

Los medios de comunicación de masa como Empresas de Fabricación de Realidad Social, son poseedores de particularidades en cuanto al procesamiento y distribución de la información, refiriéndonos al mensaje informativo como noticia. De igual forma son tenedores de diversidad de maneras para tratarla y difundirla en múltiples representaciones de modo complejo. La realidad imprime que las noticias recepcionadas por un público (sujeto-receptor) ya fueron filtradas y reconfiguradas por mediadores, desde su fuente original basadas en hechos reales, pero con el sujeto técnico de la información o periodista (enunciante) restringido por imposiciones arcaicas normadas. En efecto, presentamos una discusión en la cual se asoma la dicotomía de esa semantización interesada y las originadas por el sujeto-subjetivado quien desea presentar un ejercicio de interés humano, mostrando otra cara de los hechos desde variadas resignificaciones en torno al mensaje (texto). Un sujeto que además acciona desde lo sensible, resultándole una práctica placentera. Así, la investigación se fundamenta en la propuesta de la ontosemiótica o semiótica de la afectividad-subjetividad de Hernández (2013), en la cual el sujeto surge como discurso, un texto que se puede leer. Buscamos una resolución provechosa de lo sensible, donde se intenta reconocer la correlación de un sujeto-emisor-mensaje,

---

<sup>1</sup> Miembro del Laboratorio de Investigaciones Semióticas y Literarias (LISYL) ULA-NURR, Coordinador de la línea de Investigación Semiótica y Comunicación. Licenciado en Comunicación Social, MSc. en Literatura Latinoamericana. ULA-NURR. e mail: [allyrafael@gmail.com](mailto:allyrafael@gmail.com).

fuera de su configuración clásica, fundamento del intercambio simbólico o eje transversal patémico-discursivo, desde el cual la noticia, más allá del hecho meramente noticioso, y encajonada en el tradicionalismo esquemático, se replantea como forma expresiva de mundos subjetivizados en plena semiosis con lo ético, lo social, lo cultural y personal, convertidas en relaciones intersubjetivas, refiriéndonos al cuadrante semiótico autor-texto-contexto-lector.

**Palabras clave:** Semantización, Mass-media, Ontosemiótica, noticia, periodismo.

### **Carpintería mediática.**

“Señoras y señores, interrumpimos nuestro programa de baile, para comunicarles una noticia de última hora... A las ocho menos veinte..., el profesor Farrell..., comunica que se han observado en el planeta Marte algunas explosiones de gas incandescente...”(Welles, 1938:2); fueron las líneas leídas por el Locutor 2 (conductor e informador), luego de una interrupción del tema instrumental “La Cumparsita”<sup>1</sup>, del guión radiofónico adaptado de la novela “La Guerra de los Mundos” del estadounidense Orson Welles, quien el 30 de octubre de 1938, causó espanto en la audiencia de la CBS, impresionando por lo menos al 1% de doce millones de radioescuchas, haciéndoles creer que los EEUU era invadido por regimientos extraterrestres.

Señoras y señores, esto es lo más terrible que yo he visto en mi vida. / ¡Un momento!  
Alguien se desliza hacia afuera por el hueco de la cabecera del objeto.

Alguien o... algo. Me parece apreciar que una cosa intenta asomarse fuera de ese negro agujero, aparecen, ahora, dos discos luminosos, creo que nos miran... ¿Serán ojos? / ¡Pudieran ser de una cara. Pudiera ser de...! (Welles, 1938:9).

Indudablemente la narración y puesta en escena resultó sorprendente, pues el joven Welles junto al Teatro Mercurio, fingieron boletines de noticias, testimonios prefabricados y luego transmitidos. Inclusive la voz del presidente Roosevelt fue fingida por los actores, emitiendo un mensaje nacional en relación a los inciertos ataques.

En torno, los cortes o paréntesis informativos, dentro de la programación guionizada, eran reiteradas cada vez más, ascendiendo escalonadamente en su acento y fuerza alarmante. En cada fragmento intentaban dar a la noticia mayor grado de veracidad utilizando elementos tales como una orquesta en vivo, pues ella se detenía a placer del libreto. El guión tan realista de H. Koch, el mismo autor quien más tarde estructuró el argumento de la película Casablanca, atrapó a millares de personas, hombres y mujeres que aceptaron la historia como verdadera. Indudablemente se evidenciaba el poder de los medios informativos.

A pesar del asunto, en 1944, la misma trama fue presentada en Chile –claro con personajes autóctonos y producción local– en esta ocasión con el saldo de un fallecido por infarto. También ocurrió en 1949 en Ecuador, locaciones donde murieron calcinadas cinco personas, al incendiarse Radio Quito, producto de una turba violenta; algo no logrado, por decirlo así, ni por Welles.

---

<sup>1</sup> Es un tango internacional, creado y escrito entre 1915 y 1916 por el uruguayo Gerardo Matos Rodríguez. Para la transmisión fue ejecutada en directo por una orquesta de planta.

Al respecto, los hechos registrados hace 78 años, enmarcados en la artimaña, aunque exitosa de alguna manera, representan instantes gloriosos del periodismo, pero, comparativamente no escapan de la similitud a casos accidentados de la distribución del mensaje como noticia<sup>2</sup> y recibidos por el público-receptor en la actualidad; indiferentemente por el medio que sea, ya que desfiguran la esencia de la información al ser intervenida con intencionalidad, y por ende contando con la participación, a veces ingenua, del sujeto-lector del mensaje.

En efecto, un tema de discusión en el cual se asoma la dicotomía de la filtración de noticias con intereses concebidos, derivadas desde un corpus-enunciante compuesto o individual por un lado, y por el otro, las originadas desde el sujeto subjetivado con tendencias renovadoras quien desea presentar el ejercicio del periodismo vinculándolo a la creatividad literaria (periodismo-literatura), aunque el material producido pase por encima de lo actual –atributo primordial de la noticia– para entrelazarse con lo subjetivo-afectivo, aquella exteriorización en cuanto a su interpretación de la realidad.

Para Castro (1989:2), “el divorcio entre novela y periodismo es inexistente”, del mismo modo, Hernández en un foro Literario<sup>3</sup> expresó que la “literatura y el periodismo van de la mano: La persona que enuncia cualquier mensaje es un ser sensible, que siente, padece y sufre; lo que permite que el receptor incorpore elementos de su vida afectiva y resignifique el mensaje”.

Cabe señalar que el sujeto técnico de la información o narrador-escritor en este caso, se encuentra restringido por acciones autosuficientes y egoístas, por imposiciones arcaicas provenientes de un cuadrado visual, un sesgo positivista de perpetuar reglas y normas; es la teoría de reducirse a un simple instrumento de sistematización, sin abrir la posibilidades a nuevos mundos, pero “... la realidad es cambiante, no olvides que lo nuevo puede surgir y, de todos modos, va a surgir”, reflexiona Morín (2003:97).

En este aspecto el sujeto-autor sigue estancado, más aún por las políticas editoriales, por ejemplo en el marco forzoso de las entradas o lead impuestas, son las interrogantes “infaltables”, conjugadas en la estructura clásica de la noticia; las 6-Wh (por sus siglas en inglés): Qué, Cómo, Cuándo, Dónde, Por qué y Para qué; estas dos últimas anexadas en la misma prosperidad del periodismo y por suerte manifestantes de subjetividad y exégesis.

En efecto, el sujeto-enunciante, como ser sensible, no puede negarse al escenario sensibilizante propuesto en las posibilidades de establecer configuraciones propias derivadas de la información; elucidaciones intrínsecas para emprender la elaboración de un mensaje pertinente del hecho periodístico fuera de un molde establecido y desviado del discurso sensible. El hombre es afectivo por naturaleza, crea, imagina, sueña, fantasea. Es volitivo.

En tal caso el periodista o los medios informativos como entidades enunciantes, y es de su incumbencia, determinarse condensar lo subjetivo al ejercicio informativo, tienen la oportunidad de brindar juicios o convicciones personales, honestas por su puesto, englobadas en el respeto y la ética, como perspectiva frente al estereotipo ajado de la noticia u otros géneros periodísticos; claro y es evidente, en el presente circundados por las restricciones naturales de la prensa como industria.

---

2 Se trata del mensaje como noticia y no el mensaje como información general.

3 “Pasión, Metáfora y Discurso Literario: Lecturas desde la Ontosemiótica”. Sala “Domingo Miliani” de la Casa de Carmona del NURR, Trujillo, Venezuela; viernes 19 de octubre de 2012.

En este caso es pertinente adentrarnos a una red o tejido de relaciones figuradas y de carácter pluridimensional que nos encausen al reconocimiento de la multiplicidad de sentidos, ofrecidos por variedad compleja de los fenómenos de significación a través de la semiótica, una herramienta metodológica efectiva para construir, generar sentidos, y nuevos sentidos, desde un gran abanico de posibilidades o resignificaciones. Un espacio donde el sujeto-interpretante, gracias al desdoblamiento del sujeto-enunciante, por medio de su propio discurso, anuncia, advierte, engaña, miente, subyuga, libera... en correspondencia a señales, signos o símbolos, y no sólo teóricamente, sino desde la práctica.

En todo caso no es abordar el análisis de un mensaje a grosso modo, sino que guarda una intención mucho más relevante, construir otros mensajes desde los sistemas de sentidos, utilizando el texto como discurso, entendiéndolo como un universo posible a ser interpretado e “interpretar es seguir la ruta del pensamiento abierto por el texto”, como apunta Ricoeur en Valdés (1998).

Estimando lo anterior, esta exposición estará enmarcada en la propuesta de Hernández (2013) en la cual nos ofrece la ontosemiótica o semiótica de la afectividad-subjetividad; en ella el sujeto surge como discurso, pues “en la ontosemiótica el sujeto es un texto que se puede leer... un cartograma simbólico... tiene una arquitectura sensible”, (Hernández, 2014a). Existe una transacción patémica gracias a la filiación entre el sujeto y el contexto, con sus idiosincrasias.

Como se señala, abre innumerables probabilidades de comprensión y mediaciones, estas últimas como apoderamiento del texto por el lector, para lo cual se apoya en la transdisciplinariedad<sup>4</sup> como punto de encuentro de la filosofía, el psicoanálisis, la sociología, antropología, literatura, teoría de la comunicación, psicología y otras, creando afinidad entre diferentes especialidades con intenciones de colaboración e intercambio, dirigido a la resolución de problemáticas, –en especial– de trascendencia social (Ribes, 2010). Todo ello nos dará la posibilidad de constituir correspondencias semióticas para discernir los discursos conexiónados, por demás, a las valencias intrasubjetivas e intersubjetivas.

Dentro de esta perspectiva semiótica e inherente al prospecto investigativo, es vinculante el abordaje al tema de la comunicación social, trayendo a colación que los textos en esta área, poseen formas reales en su existencia, pues son parte de una estructura de transacciones de consumo y titular de propiedades discursivas actualizables, las cuales circulan multidireccionalmente, además presentes en todo texto entre el emisor-autor y lector-destinatario, lo cual deja sobre la mesa

---

4 Se ha entendido la transdisciplina haciendo énfasis en Edgar Morin: a) en lo que está entre las disciplinas, b) en lo que las atraviesa a todas, y c) en lo que está más allá de ellas. Argumentando que va más allá en el desarrollo de la investigación inter y pluridisciplinaria pues en ellas existen numerosos obstáculos, entre los que se encuentran las resistencias metodológicas disciplinarias. Extraído de <http://www.edgarmorin.org/que-es-transdisciplinariedad.html>. ”La semiótica empieza a sentar las bases de una transdisciplinariedad en base a su fuerza epistemológica”, dice Quezada Oscar (2012) en la revista N° 22 de Diálogos, semiótica y comunicación social de Perú. Por ejemplo, en el tema de cultura y consumo en los medios masivos, los datos ya no son abordados sólo con el modelo de la comunicación, sino también con los de la semiótica visual, del discurso, de la antropología, de la socio-antropología francesa, y otros que puedan ser pertinentes. Lo transdisciplinario es un desafío, porque plantea la necesidad de articular la comunicación, con lo discursivo, lo semiótico, lo antropológico, lo social, lo histórico, etc”. Julieta Haidar en Un modelo semiótico transdisciplinario para el estudio comunicativo de la ciudad. Menciona de Morin: que no deben existir fronteras entre las ciencias naturales y las sociales, lo que Yuri Lotman también defiende.

cúmulos de resignificaciones para el sujeto interpretante, canalizados a través del desdoblamiento del enunciante o su enunciado, pues en la comunicación social los textos producidos, desde su interior y aunque aparenten ser colectivos (de masas), son intersubjetivos.

En este caso sería necesario considerar una síntesis armónica con la Semiósfera<sup>5</sup> de Lotman, pues a manera de comparación con las esferas de la tierra, interactúa con los pluri-sistemas de sentido encadenados, en cuanto a su relación subordinante, formando conversiones y convenciones en las relaciones comunicativas humanas, al igual que aplicables en la vida cultural y social, amén de la noción donde las partes conformantes del texto (sistema simbólico) no puede comprenderse o concebir una relación de lógica interpretativa, al menos que refiera a ese todo; al sistema simbólico entendible en función de esas partes.

Así mismo en los espacios enunciativos se traman cuantiosos sentidos, tomando en cuenta su reciprocidad contextual, sea desde la creación de material informativo práctico-empírico, en relación al mensaje, o elaboración de aquel conveniente a partir de los engranajes que permiten la transmisión de significados premeditados, dice Eco (2000:22), “Si una cosa no puede usarse para mentir, en ese caso tampoco puede usarse para decir la verdad: en realidad, no puede usarse para decir nada”.

Atendiendo estas consideraciones, el cometido planteado en la proposición será establecer una resolución provechosa inserta y conectada al *complexus* de lo sensible, en un desarrollo donde se intenta reconocer la correlación de un sujeto-emisor, fuera de su configuración clásica, caso del periodista o sujeto técnico de la información, fundamento del intercambio simbólico o eje transversal patémico-discursivo, desde el cual la noticia, más allá del hecho meramente noticioso, y encajonada en el tradicionalismo esquemático, se replantea como forma expresiva de mundos subjetivizados en plena semiósis con lo ético, lo social, lo cultural y personal, convertidas en relaciones intersubjetivas, refiriéndonos al cuadrante semiótico autor-texto-contexto-lector. En él prevalece el sujeto-enunciante, integrando a la vez lo lineal de la comunicación masiva y lo enunciativo de la ontosemiótica, que allegadas toman en cuenta el discurso, más no simplemente los signos. Entonces en esa relación ontosemiótica-comunicación, la orientación del discurso será multidimensional, pues excede la concatenación de los significados de los signos que lo constituyen.

### **Comunicación selectiva.**

Dentro de este marco, la incorporación del insipiente periodista o del estudiante de la carrera Comunicación Social a los medios de información colectiva se convierte en un juego de tensiones y distensiones, en cuanto al esquema real y el otro imaginario laboral, aquel inscrito en la estructuración de una sustantividad idónea, ensoñada, primero cual descripción exacta dentro del *pensum* de estudio y en las aulas de los institutos académicos y luego ensombrecida por las hoy denominadas “Empresas de Fabricación de Realidad Social”, Pintos (2000). Vemos dos alineaciones sociales, uno de praxis del sujeto-enunciativo o esferas de la enunciación (medios) y la otra como elemento de conocimiento.

---

5 Lotman (1996). Explicó que la *Semiosfera* es universo simbólico de una cultura y que está formado por las actividades de comunicación de las personas que la componen. Se conecta a la una semiótica de la comunicación.

Al mismo tiempo cada medio, en este caso de “comunicación”, posee singularidades en el tratamiento y suministro de la información. De igual manera tienen diferentes formas para el trato de la misma así la misma noticia se debe a los destinatarios. Serán representadas en disímiles formas.

En efecto aparecen diversidades de apreciaciones de la realidad noticiosa, unidas a las perspectivas o intencionalidades del medio. Es la representación organizativa de la información, asociada a un punto de vista particular, incluso ideológico y por ende criterios productivos; entre paréntesis, excluyendo verdades<sup>6</sup> y visiones únicas; “...sabemos tanto gracias a los medios de comunicación de masas, que no podemos confiarnos a dicha fuente”, dice Luhmann (2000). La información por lo general, al presentarla, ya se encuentra deglutida y manipulada por sistemas de decisiones selectivas. Actualmente existen enramadas de tretas muy espinosas para poder deshacerlas y ahora la sutilidad es fórmula predilecta para la sumisión de mentalidades. Llama la atención Foucault (1992) cuando expone que “La verdad es de este mundo; es originada aquí gracias a múltiples imposiciones. Tiene aquí efectos reglamentados de poder. Cada sociedad tiene su régimen de verdad, su política general de la verdad”.

En líneas generales los medios de comunicación de masas<sup>7</sup> o Mass media<sup>8</sup> sirven a numerosas finalidades y cumplen variedad de funciones, su ministerio descansa en multiplicar un enfoque de la realidad, pero una realidad de dominancia desde grupos económicos, acotando que estos medios se deben a unos otros, propietarios o directivos, quienes tienen la potestad de escoger y difundir los mensajes a los sujetos-destinatarios, contenidos en consonancia a sus intereses, más aun cuando no existe contraposición informativa alguna. Manifiesta Chomsky (1995)<sup>9</sup> “Los individuos capaces de fabricar consenso son los que tienen los recursos y el poder de hacerlo —la comunidad financiera y empresarial— y para ellos trabajamos.

En relación con las implicaciones, es diáfano, en el asunto de la comunicación colectiva o social, tradicional, el carácter discursivo de producción de textos, “aquel que reclama la participación del lector”, (Valdés, 1998), ha sido resuelta y sufragada por el enunciador gracias a factores ideológicos y de libre mercado. El sujeto-depositario-destinatario, individuo incógnito, debe integrarse plácidamente a un glóbulo aparente y acondicionado por otros como espectador. El sujeto-receptor, el lector sensible, pasa a ser un co-productor de significación y lo reafirman Chomski & Ramonet (1995): “La mayoría de los individuos tendrían que sentarse frente al televisor y masticar religiosamente el mensaje...”, pues en nuestra cotidianidad, como sujetos incautos, no somos capaces de percatarnos, seguimos líneas de mando mercantiles dirigidas por enunciantes

---

6 En lo abstracto del término y su discusión en el tiempo, la utilizamos como una proposición que es cierta únicamente cuando se considera relacionada con criterios determinados: una norma, punto de vista o convención.

7 En las consideraciones siguientes deberá entenderse por medios de comunicación de masas, todas aquellas disposiciones de la sociedad que se sirven, para propagar la comunicación, de medios técnicos de reproducción masiva. (Luhmann, 2000).

8 Thompson J. (1998) en *Ideología y cultura moderna*, destaca como un término confuso, imprimiendo que la expresión deriva del hecho de que los mensajes transmitidos por las industrias de los medios están en general a disposición de públicos relativamente grandes.

9 Noam Chomsky en *El Control De Los Medios De Comunicación*. Artículo de opinión tomado de la videoconferencia “Fabricando consenso” de 1992.

beneficiados del poder social. Para Lacan<sup>10</sup> “El deseo es el deseo del Otro”.

En tal efecto hay un apoyo en la sugestión por medio del hecho como representamen, ya que este, consiente transferirle, por enunciación polisémica, un criterio colectivo, con intención de influenciar al mayor número de sujetos receptores –sujeto-interpretante a la vez– revestidos con la cualidad de resignificar, obedeciendo también al contexto propio y de significación según sus experiencias, proceso distinto en cada individuo a pesar de la igualdad de intenciones en la estructura del mensaje. Ese sujeto “Tesoro de los significantes”<sup>11</sup>, es decir, ese espectador-receptor, que supremamente construye y reconstruye el significado del signo, tiene la esencia de recibir por separado el lenguaje; en tal caso es sujeto hablado por el Otro o en su variación el sujeto pensado por el Otro<sup>12</sup>, en expresiones lacanianas.

Dentro de esta perspectiva, el discurso-texto que transita por los medios de información masiva, es impulsor-mediador del proceder dominativo entre el poder y la comunicación mediatizada. Este tipo de comunicación es segmento de un tejido productor de significaciones y sentidos, debido a su naturaleza social, y aunque de alguna forma se quiera dejar en los períodos más ideológicos de la centuria pasada, incluso Eco (1995)<sup>13</sup> lo catalogó como un tema obsoleto, hoy más que nunca siguen en pie... aunado a que el poder es dinámico y circular, admite su intrusión en las órbitas de la mediática comunicacional, una transportación de “semiósferas”, vista tal esquema básico y multi-formas de correlación entre sujeto-autor, texto, lector, contexto o circunstancialidades enunciativas en las actividades de reciprocidad de sentidos.

El poder simbólico o poder de producir sentido, pone en funcionamiento unas ideas que, vehiculadas a través de ciertos mecanismos sociales, logran penetrar en las cabezas de los sometidos al poder. La máxima posibilidad consiste en que aquellas ideas consigan constituirse en evidencia social, es decir en algo que no es puesto en tela de juicio por la simple razón de que constituye aquello “desde lo que” se interpreta, se lee la realidad. (Pérez, 1989:177).

Por consiguiente es inevitable un sujeto-enunciante como productor y un receptor-lector como espectador, pues las imágenes no germinan por generación espontánea. Además los medios masivos de información, conciben su producción dirigida a millones de sujetos-sociales, sujetos-objetivados, cual receptores, y la ontosemiótica o semiótica de la subjetividad-afectividad, lo advierte como únicamente destinatario-sensible, aquel que refigura un hecho desde la afectividad. Considera al individuo como texto sensible capaz de ser leído como lo expone (Hernández, 2014b). Por lo tanto asoma al sujeto como un discurso, añadiendo la cualidad propia del sujeto como “arquitectura sensible” y propietario de “un mundo íntimo”, dejando claro el inmenso patrimonio

---

10 Según Lacan en <https://es.wikipedia.org/wiki/Otro> Titulado “El Otro es un término técnico utilizado en la filosofía, el psicoanálisis y la antropología.

11 Ibidem

12 Ibidem

13 Umberto Eco, seminario en Italia; enero 1995. Originalmente impreso en L’Unità, texto leído como “Crítica al Periodismo”. Sustraído de Avizora 2003.

para develarse discursivamente debido a la pluri-dimensionalidad de mundos posibles.

La ontosemiótica o semiótica de la subjetividad-afectividad aprecia a un sujeto-lector-sensible, aunque análogamente sean grupos complejos los creadores de contenidos. Resaltamos que el individuo habla en símbolos y es un narrador; transmisor de un rico raudal de sentidos, así la explicación/compreensión del símbolo en el discurso nos apunta al texto, o sea al discurso. (Ricoeur en Valdés y otros, 1998).

### **Un modelo omni-incomprensivo de la realidad.**

En consecuencia alternamos con Schramm Wilbur<sup>14</sup> para deducir una suerte de paridad entre su modelo de comunicación y la ontosemiótica. Allí él describe al Mass media como un "sujeto-comunicador" —el sujeto-enunciante, en este caso hablamos de un cuerpo o equipo de producción. También constituye un filtro de información—, que actúa a su vez en la triada "descodificador-intérprete-codificador", elementos integrados en uno (el propio medio) que funciona cual esfera-receptáculo de la información recabada de diferentes fuentes, por ende subjetivada por sujetos-sensibles, y "de acuerdo a las lógicas productivas del periodismo", o sea, la perspectiva de los tres sujetos desdoblados (sujeto-enunciante, sujeto-intérprete y sujeto-significante o resignificante)<sup>15</sup>, ello dentro de un sub-sistema de relaciones mediáticas, un glóbulo semantizador, procesador de las impetraciones surgidas desde las colectividades.

Esta semantización, para Verón (1971) y como un neologismo, refiere "al proceso por el cual un hecho «x» ocurrido en la realidad social es incorporado, bajo la forma de significaciones, a los contenidos de un medio de comunicación de masas".

La semantización sería fruto de un conjunto de operaciones ejecutadas por el enunciante, la selección dentro de una serie de informaciones disponibles y la concatenación de las unidades escogidas para la conformación del mensaje. Entonces las entradas recepcionadas por el sub-sistema procesador productivo y mediatizador, devienen de hechos procedentes de varias fuentes, similarmente de aquella retroalimentación del lector-receptor (público o audiencia) para moldearlo y estructurar el suceso, configurándolo de este modo en noticia, tomando en cuenta lo que pudiera anexar Ashby en Verón, Op. cit., p. 16; "La información transmitida no es una propiedad intrínseca del mensaje individual, sino que «depende del conjunto del cual proviene»". Es la máscara de un sujeto corporativo. En todo caso en la interacción simbólica, ese sujeto-mediador, enunciante y codificador, redimensiona el texto a retransmitir como un nuevo mensaje dentro de los procesos comunicativos.

Evidentemente hay reciprocidad de las representaciones simbólicas entre autores-

---

<sup>14</sup> Schramm fue un importante investigador de la Comunicación de Masas en los EEUU, es autor de varios modelos de estudio de la sociología de la comunicación, hoy influencia para la semiótica, pues muestra una gama que va desde la comunicación inter-personal y culmina con la comunicación de masas, esta aquí destacada.

<sup>15</sup> Anotaciones tomadas de Hernández Carmona Luis J. en Seminario Intensivo: "Semiótica y Análisis del Discurso"; del 4 al 8 de abril de 2016; promovido por el Laboratorio de Investigaciones Semióticas y Literarias de la Universidad de Los Andes y adscrito a la Asociación Venezolana de Semiótica. Sede Carmona-Nurr, Trujillo-Venezuela.

productores (locutores) y sujetos-percibiente (alocutores), en cuanto a las conexiones determinadas para producir, comerciar, distribuir y poner a circular considerablemente significaciones en formas simbólicas con la particularidad que el sujeto-mediador-enunciador, como estructura comunicativa, difunde mensajes homogéneos en abundancia. Estas estructuras son “laboratorios”, a los cuales Fabbri (2004) define como “lugares donde se elaboran informaciones que llegan de afuera”. En él “unos «sujetos delegados» que recaban las informaciones del exterior de acuerdo con las necesidades específicas” de éste. Además agrega, engranándolo al aparato semantizador mencionado, que en ese “laboratorio la información se somete a tratamientos específicos (o traducciones) con arreglos a la propia constitución del laboratorio”. Aunado a lo anterior, complementaría Latour en Op. Cit., p. 101, “El laboratorio no es más que el centro de una red de informaciones sometidas a tratamiento y transformaciones meramente semióticas”.

Dentro de ese marco, la información o contenido clasificado y como “forma simbólica”<sup>16</sup>, y distribuida(s) al otro(s), empleando cualquier formato técnico, es precisada y transmitida en la relación típica emisor-receptor y el mensaje-producto estará a favor, en primera instancia de una audiencia masiva, pues estos mensajes desarrollados por la organizaciones especializadas (subsistema productivo), permanecen en un espacio-temporal, distanciados del entorno de la génesis del hecho. Entonces en el acto de enunciación de mensajes mediatizados, el sujeto-interpretante se sumerge en constructos simbólicos pre-elaborados; cabe la expresión de Hernández (2008): “En la práctica cotidiana, para los «medios de comunicación», comunicar representa la manera de imponer ideas y criterios a un público espectador”.

Todo ello, indiferentemente al medio de comunicación que sea, no se separa de las fuerzas ejercidas de sectores sociales, y en el presente, es constatable cómo, en su mayoría, los medios en todo el planeta, intervienen en el redireccionamiento de políticas estatales e inclinaciones electivas. V. Romano (2008) refiere que los medios fijan los límites del discurso, incluyendo demarcaciones entre la comprensión pública o colectiva, pues no siempre moldean las opiniones masivas, afirmando la acción de legitimación de ciertos puntos de vista y la deslegitimación de los otros, resultando para el mencionado investigador “un pensamiento único, uniforme, acrítico y de falsa conciencia”, pensamiento único de Ramonet, aquel pensamiento traducido a expresiones “ideológicas de los intereses económicos del capital transnacional” Chomski & Ramonet (1995), en el cual la globalización supera a los Estados. Una globalización clasificada por Hernández (2008:21) como “fenómeno posmoderno” y donde inserta a los medios de comunicación, “... los determinamos como la expansión del capitalismo, muy por encima de las particularidades culturales e idiosincráticas...”; anexa que estos medios “seguirán orientados hacia la producción de mercancías... e induciendo sistemáticamente a un gran mercado de consumo”.

Como se puede inferir, y a manera de Foucault en Murcia (2000) y también en los espacio de la comunicación-información se extiende una sujeción de prácticas discursivas, debido a que los mensajes informativos como las noticias, estarán subordinados a restricciones promovidas por los mismos media y estos a su vez al poder, funcionando como un colador codificante en pretensión de amparar el Status Quo. Un proceso rastreado hasta mediados del Siglo XV, según Thomson (1998), viéndolo en cuanto a industria mediática tal cimiento del poder simbólico, pero que en realidad

---

16 Para John B. Thompson (1998) las formas simbólicas son expresiones transmitidas a un sujeto o varios individuos receptores ubicados en contextos socio-históricos específicos, propietario de recursos y habilidades interpretativas variadas.

como transformación de las instituciones mediáticas en compañías con intereses comerciales a gran escala, pertenece a principios del siglo XIX, Op. Cit., p. 108.

Llama la atención la relación sincrética de la comunicación mediática e interpersonal con los métodos propagandísticos, porque el enunciante como emisor, dirige el proceso comunicativo con intenciones de trasladar al sujeto- receptor o percibiente a su campo, operación alejada de un auténtico acuerdo, pues a esta altura y criterios expresados con anterioridad, se debe renunciar a la figuración de que los sujetos-receptores del “producto mediático” sean un simple espectador o sujeto-insensibles, en todo caso objetivizado y descentrado a razón de la permanente lluvia de mensajes análogos.

Entonces vinculándonos con el sistema Schramm, el aparato semantizador como estructura comunicativa emite abundancia de esos enunciados idénticos, mensajes elaborados para una audiencia masiva o alocutorio, sujetos fundidos en multitud; que para Le Bon en Freud (2013), sería “Masa psicológica” “un ser provisional compuesto de elementos heterogéneos, soldados por un instante... como las células de un cuerpo vivo forman por su reunión un nuevo ser, que muestra caracteres muy diferentes de los que cada una de tales células posee”. Recurriendo a lo anterior, puede llamársele carácter “hipnótico”, en este caso de los medios y el fenómeno del “contagio” manifestado por Freud, y más aún en convivencia a “la construcción de la realidad”, edificada por los Mass medias.

Sabemos hoy, que un individuo puede ser transferido a un estado en el que habiendo perdido su personalidad consciente, obedezca a todas las sugerencias del operador que se la ha hecho perder y cometa los actos más contrarios a su carácter y costumbres, (Ibidem).

Complementamos entonces con las palabras de Van Dijk (1994):

El control mental por parte de los medios debería ser particularmente efectivo cuando el público no se percata de la naturaleza o de las implicaciones de tal control, y cuando cambia su manera de pensar independientemente de su propia y libre voluntad.

En este sentido es importante comprender que todo mensaje contendrá, de alguna manera, una lectura previa. Al engendrar un mensaje, indudablemente que su creador o autor-productor, le impregna, en su estructura, pensamiento, ideología e intención, elementos contentivos de aquel algo para comunicar, indudablemente profundo en relación al propio mensaje o signos individuales o agrupados.

En lo esencial la concepción del mensaje es precoz en su interpretación, pues esta debe ser

prevista desde su génesis para un lector-receptor utópico, ya que el sujeto-emisor no conoce hacia cuál sujeto-receptor verídico llegará, o sea el representamen o signo elaborado por el enunciante para un interpretante; no es más que el significado. En la comunicación de masas se antecede el objetivo del mensaje, es claro que “La multitud es extraordinariamente influenciable y crédula. Carece de sentido crítico y lo inverosímil no existe para ella” (Freud, 2013:5)

Así el mensaje será encarnado como interés en vista de un multi-sistema de disposiciones por parte del sujeto-emisor. Un mensaje en sí en la comunicación de masas contendrá pluralidad de sistemas de codificación, los accionados concurrentemente. En nuestras sociedades, sólo unas pocas instituciones sociales, entre las que se encuentran los medios de comunicación, tienen la capacidad de comunicar a la mayoría de la población su discurso sobre la realidad” (Rubido, Aparici, 2002:35)

En efecto y como lo hemos dicho con anterioridad, el discurso obedecerá a la proximidad de la realidad según el sujeto-emisor que lo produzca. “Puede comprobarse cómo desde la construcción de los titulares se orienta la atención del lector hacia distintos lugares, de tal modo que la idea que del mismo hecho se forman lectores de diferentes periódicos puede ser muy distinta”. Op. Cit., p. 27.

Resulta claro que el receptor (sujeto manipulado) maniobrado por el sistema semantizador, debe admitir o hacer verosímiles los criterios forzados emitidos por los medios, más aún compartiéndolas, evidenciándose su carácter involuntario del tratamiento al que fue expuesto. Es la condición del sujeto sistematizado. Es una reflexión antigua pero muy actual y ajustada aún al poder simbólico de los medios, por lo tal, es primordial recordar que la utilización de los medios de comunicación se encuentra inserta en la praxis cultural habitual.

Como complemento citamos a Eco (2000) cuando expone, “siempre que se manifiesta una oportunidad de mentir estamos ante una situación semiótica” e inmediatamente explica que esa función semiótica significa posibilidad de significar o comunicar. Un párrafo más adelante escribe “siempre que hay mentira hay significación. Siempre que hay significación, se da la oportunidad de usarla para mentir”; aunado a la situación Hernández (2008) anota “lejos de comunicar, el mensaje de los medios de comunicación se basa en la gran mentira...”, de nuevo tropezamos con la arcilla entre las manos del alfarero, el simple genio de modelación de la realidad ejercido por los medios para que el sujeto-masivo-espectador se adiestre en la estructuración de una realidad ajustada a matrices o prototipos. “...los Mass-media ayudan a construir ciertos imaginarios sociales, lo cual los convierte de por sí en unos manipuladores de esa realidad”, Mosquera (2007); y en términos periodísticos, para Alvarado (S.F) el mensaje=noticia y a su vez la noticia=una mercancía “confeccionada, regulada, transmitida por intereses creados”.

Cabe considerar, por otra parte que el procedimiento de interpretación es complejo en referencia a la receptoría masiva. Ya mencionamos que el artífice o emisor-enunciante del discurso para los medios de comunicación, predispondrá una intención en el mismo, pero queda claro que siendo esta la finalidad, se cumpla esa interpretación en lector/espectador como receptor, pues de igual manera produce convenios entre la multiplicidad de propuestas de significados y no escapa de la propuesta Ricoeuriana del “amplio marco hermenéutico que parte de la configuración del texto para reconstruirse en la acción de la refiguración del lector”, inscrito en Valdés M. y otros (1998).

De hecho, los Mass-media dominan los contenidos informativos desde su conformación interna y construcción estética, pero no pueden intervenir en cualquier disquisición del locutorio, claro, puede estar enormemente circunscrita en las cargas del emisor, además cada individualidad (sujeto-receptor), fragmento de una audiencia colectiva, sin duda, descodificará/codificará e interpretará cada mensaje percibido como sujeto-percibiente. La interpretación del mensaje es particular, propia y personal, ejecutado por el lector, espectador, escucha... de los medios masivos de información. Este mensaje-texto seguirá invitando “a interpretar una proposición de mundo, de un mundo que puede ser habilitado por nosotros y donde proyectamos nuestras posibilidades más propias”. Op. Cit., p. 106.

En ese mismo contexto se revela un enlace consciente-inconsciente imputado al enunciante, apuntando a la significancia<sup>17</sup> Bartheriana y como está implícito en la ontosemiótica, por eso el mensaje será particular, intencional e individual, mientras el código compete a un contexto actualizado y colectivo de carácter no deliberado, pero sí en sus regularidades. Ataño que “el texto no conforma la realidad, sino el material para reconstruir esa realidad, por lo tanto no se trata de verdades conclusivas, sino de visiones de verdad”, subraya Hernández (2014c).

En todo caso, para sustentar, Buen Abad (2006) imprime que “es un error estudiar la comunicación desde el punto de vista de una sola disciplina” y es razón de peso para relacionarla con las emociones y por consiguiente con la ontosemiótica, pues no es posible comprender la comunicación reducida a un hecho abstracto de modelos matemáticos o lógicos” (Ibidem), así desde este aspecto, en la semiótica de la afectividad-subjetividad el sujeto, sea el enunciante o percibiente, en alianza con el texto y el contexto definidos por rasgos patémico y volitivos, más en relación del primero y el segundo, en nuestro caso, abren infinitas posibilidades de comprensión/interpretación y mediaciones ónticas a partir de esta semiótica con respecto a lo cuadrado de los estudios de comunicación.

Tomemos en cuenta a Eco (1977), “la propia multiplicidad de los códigos y la infinita variedad de los contextos y de las circunstancias hace que un mismo mensaje pueda codificarse desde puntos de vista diferentes y por referencia a sistemas de convenciones distintos”, y habla de la independencia de subcódigos<sup>18</sup> en emisor y receptor, los cuales pueden ser estéticos, ideológicos, emotivo, sensible o afectivo, entre otros, contribuyendo con información fresca y sobrepasando la básica denotación del texto-mensaje. Cabe destacar que el modelo de Eco se ve influenciado por Shannon & Weaver al igual que el de Schramm.

### **Un sujeto técnico emotivo.**

Atendiendo a estas consideraciones, el periodista, técnico de la información, como enunciante, ejecuta su trabajo redaccional del hecho noticioso de interés colectivo, desde su fuente original, en el cual intima con la posibilidad de encontrar su discurso con la realidad, aunque esa realidad

---

17 Es decir la producción del sentido del significante. Un significante vacío de todo contenido objetivo, que está ahí y significa en sí mismo y para sí mismo

18 Elemento del modelo semiótico de Eco. Circunda a la concepción del código y tiene que ver con la decodificación del receptor.

no sea totalmente limpia y clara, pues el doble filo de los cánones mediáticos subordina las vías redaccionales del contexto vivido emocionalmente por el sujeto-emisor, una realidad discernida, verdadera y evidente, cargada indefectiblemente de emotividad. Por lo tanto hay carestía en la potestad del sujeto-afectivo- en lo que refiera a los espacios de propiedad pública mediática, sigue siendo el sujeto embutido en una creación social-cultural dominativa. La cara y cruz de la moneda, sumisión y deseo, dos escenarios, “una realidad circundante y la cotidianidad íntima” (Hernández, 2013: 45)

Al mismo tiempo, cualquier medio de comunicación interviene enérgicamente en la regencia de lo afecto-emocional del Otro, al quien se envía. Se observa una marcada activación sensible, pero alejada de la subjetividad del periodista, “la capacidad del locutor de plantearse como sujeto”, (Valera, 2014: 148), aquel que intentaría, dentro de su interés humano, mostrar otra cara de los hechos, logrando concernir, impresionar y seducir al lector, éste que percibirá variadas resignificaciones en torno al mensaje (texto). Un sujeto que no solo se sujeta al medio, sino además acciona desde lo sensible, resultando a la vez una práctica grata y satisfactoria.

Según Michael Johnson en Díaz R. (1982), hay un periodismo interesado “por ir más allá de la noticia, pero siempre con el sello personal del autor. Un nuevo género de literatura que es informativa y artística”. Asimismo manifiesta en Santibáñez (1983:77) que este periodismo “se interesa mucho más por escribir lo que hay más allá de las noticias”,

que en producir la narración lavada que se ofrece a un público comprador al que el periódico no puede arriesgarse a ofender ni transformar psicológicamente. Más bien, su relato estaría regido por el modo en que se entrelazan los sucesos que halló, por cómo afectaron sus propios sentimientos y sus pensamientos y por cómo constituyeron una experiencia humana concreta para él y para otras personas involucradas en ellos. (Ibidem)

Al respecto, algunos estudiosos han atribuido estas características a un nuevo<sup>19</sup> periodismo, llamado también interpretativo o alternativo, pues consiente la ineludible e irrevocable mediación de elementos subjetivos en el proceso periodístico, cuestión que rompe el código informativo expresando deficiencias del antiguo orden del periodismo tradicional, de igual manera se suma la disyuntiva de los periodistas literatos o de literatos periodistas. Para Wolfe Op. Cit., p. 9 se trata, de un lenguaje muy distinto al descrito como propio del periodismo objetivo.

Aunado a la situación, entre las características de la propuesta periodística anterior y siguiendo a Angulo (1982) en este estilo, es importante no sólo el hecho, sino también la percepción y la emotividad del narrador, que en muchos casos es personaje de la historia. Más aún,

---

Se incorpora el punto de vista del narrador; no es impersonal. Y aunque se emplee la

19 Angulo Luis (1982) en un aparte titulado “Una vieja polémica y un nombre nuevo”, dice que este apelativo es una especie de fantasma semántico disertado por cada quien que se ha visto en la necesidad.

tercera persona, comúnmente ésta se ubica en la perspectiva de alguno de los personajes para transmitir una visión del mundo desde esa subjetividad. Otras veces el narrador es una primera persona (punto de vista autobiográfico) que coincide con el autor, con el periodista. (Ibidem)

En la perspectiva que aquí adaptamos, el enunciante, como ser sensible, es incapaz de rechazar un espacio sensibilizante, calificado por oportunidades de instaurar conformaciones particulares provenientes de la información, ya que se estaría discursando en un mensaje (noticia) alejado de las preposiciones modelo de los medios tradicionales —lo mencionamos con anticipación—. El sujeto es volitivo y sensible, es afectivo por naturaleza.

Expresa por otra parte Díaz R. (1982) que el uso del “yo” o el “mi”, “pueden contribuir enormemente a la credibilidad de una noticia” y lo enmarca en un periodismo personal, claro exhorta a una utilización discreta. Sin embargo muchos académicos no se inclinan hacia el cambio, por lo cual no comparten la idea de la intervención subjetiva en el periodismo, entre ellos el mismo autor antes nombrado. Sin lugar a dudas numerosos jefes de redacción muestran resistencia al cambio. Consideremos a Maquiavelo en Lim (2015:110):

Debe considerarse que no hay nada más difícil de realizar, ni más peligroso que manejar, que iniciar un nuevo orden de cosas, porque el reformador tiene enemigos en todos aquellos que se benefician del antiguo orden y solo tibios defensores en todos aquellos que se beneficiarán del nuevo.

Por último, es conveniente anotar que en la semiótica de la afectividad-sensibilidad pululan sin número de alternativas para nuevos sentidos y resignificaciones, sugerencias advenidas desde un ambiente real, y derivadas de un proceso de relaciones de sentido; estas son transformadas por un sujeto atribuyente o receptor desde una perspectiva subjetiva, sin importar en cuál modelo comunicacional se ubique. En la ontosemiótica, es por medio del acuerdo entre el receptor (lector) con el mensaje (texto) que se edifica una razón de sentido, un entendimiento, producto de la dinámica pluri-dimensional de una estructuración de signos en plena comunión con diversos contextos, a lo cual sumamos las evadidas características patémicas del sujeto, relegadas por la objetividad, como centro motor de un entramado de significaciones.

Nos interesa seguir adelante de una semiosis influida por la intersubjetividad, una correlación “autor-texto-contexto-lector” como lo expone Hernández (2013), donde el sujeto, como sistema semantizador o como discurso sensible sigue enunciando a través de la afectividad y se funde en el mensaje, constructo afectivo transfigurado y sensibilizante, inmiscuido en el juego del sistema comunicativo simbólico, aquel que articula pluralidades de mensajes y que a su vez crea otros nuevos al colocarse en distinto contexto. Prepara la resignificación a múltiples realidades. Recordemos que “el símbolo da que pensar solo en la medida en que somos capaces de añadirle una interpretación que, aprovechando su enigma original, promueva un sentido que vaya más allá de él”, como lo maneja Valdés (1998).

### Referencias bibliográficas.

Alvarado, E. (S.F.) *Antología de textos de comunicación y lenguaje*. Universidad del Zulia (LUZ). Compilación. Semiótica de la Imagen y análisis del mensaje.

Angulo, L. (1983) *¿Nuevo Periodismo o Nuevo Producto?* – Revista Comunicación y Medios. Universidad de Chile.

Buen Abad, F; (2006) *Filosofía de la Comunicación*. Caracas, Venezuela. Ministerio de Comunicación e Información.

Castro, Mario (1989). *Teoría y práctica del nuevo periodismo*. Panamá. Fundación Forum de Periodistas de la libertad de prensa y expresión.

Chomski, N. & Ramonet, I. (1995). “*El control de los medios de comunicación*”. Cómo nos venden la moto. Barcelona. Editorial Icaria.

Díaz Rangel, E. (1982) Polémica: Eleazar Díaz Rangel Periodistas Cubanos. Boletín Comunicación, estudios venezolanos de comunicación, perspectiva crítica y alternativa, N° 37. Caracas.

Eco, Umberto (2000). *Tratado de Semiótica General*. Traducción de Carlos Manzano. Barcelona. Editorial Lumen S.A.

Fabbri, P. (2004) *El giro semiótico*. España. Editorial Gedisa.

Foucault, M. (1992). *Microfísica del poder*. Madrid. Editorial La Piqueta,

Freud, S. (2013) *Psicología de las masas y análisis del yo*. FV. Éditions. Traducción del Alemán por Ballestero-1921.

Hernández C; Luis J. (2008). *Comunicar para incomunicar: Los medios de comunicación en tiempos de globalización*. Venezuela. Fundación Editorial el Perro y la Rana.

Hernández C; Luis J. (2014a) Editorial. Revista Ontosemiótica. Laboratorio de Investigaciones Semióticas y Literarias (LISYL). Año 2, N° 1 enero-marzo 2015. Trujillo. Venezuela. Universidad de Los Andes.

Hernández C; Luis J. (2014b) Los campos enunciativos y las disyunciones del yo. Una lectura desde Michel Foucault. En: Estudios sobre Michel Foucault. Editado por el Vicerrectorado Administrativo de la Universidad de Los Andes. Venezuela. Mérida.

Hernández C; Luis J. (2014c) La Lectura Sociosemiótica del texto literario. Recuperado el 20 de mayo de 2016 de <http://apuntacionessemiolitarias.blogspot.com/2014/12/lectura-sociosemiotica-del-texto.html>

Hernández, C; Luis J. (2013) *Hermenéutica y semiosis en la red intersubjetiva de la nostalgia*. Merida, Venezuela, Universidad de los Andes.

Lim, Siong (2015) *El líder, el maestro y tú: Liderazgo más allá de la tercera generación*.

México DF. Promotora Bartola S.A.

Luhmann, Niklas (2000). *La realidad de los medios de masas*. Traducción de Javier Torres. México D.F. Anthropos Editorial.

Morín, E. (2003). *Introducción al pensamiento complejo*. Barcelona. Gedisa.

Mosquera, A. (2007) La reconfiguración cognitiva de la realidad en “La vida es bella” y en los medios de Venezuela. Colección de Semiótica Latinoamericana N° 4: Semióticas de la Cultura. Universidad del Zulia y Universidad de Los Andes. Maracaibo.

Murcia, I. (2000) De Foucault a Chomsky: la teoría del poder y los medios de comunicación”. Gittcus, Núm.10, junio. Universidad de Málaga, Cátedra UNESCO. España.

Pérez-Agote, A. (1989). *La sociedad y lo social*. Ensayo de sociología, Bilbao, Univ. País Vasco.

Pintos, J. (2000). *El metacódigo “relevancia/opacidad” en la construcción sistémica de las realidades*. Grupo Compostela de Estudios sobre Imaginarios Sociales (GCEIS). Santiago de Compostela. Buenos Aires.

Ribes, I. (2010). *Lenguaje ordinario y lenguaje técnico: Un proyecto de currículo universitario para la Psicología*. Revista Mexicana de Psicología, 27, 55-64.

Rubido, S; Aparici R; Díez, A; Tucho A. (2002) *Curso Medios de comunicación y manipulación: Propuestas para una comunicación democrática*. Guía didáctica. Programa de Enseñanza Abierta. UNED. Madrid.

Santibáñez, A. (1983) Periodismo Interpretativo y Nuevo Periodismo ¿Una cuestión de estilo? – Revista Comunicación y Medios. Universidad de Chile.

Thompson, J. (1998) *Ideología y cultura moderna: Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas*. México. Universidad Autónoma Metropolitana.

Valdés M. y otros (1998) *Con Paul Ricoeur: indagaciones hermenéuticas*. Caracas. Monte Ávila Editores Latinoamérica.

Valera, A. (2014) El cuidado de sí como práctica fundamental para el tránsito del sujeto virtual al sujeto sensible. En: Estudios sobre Michel Foucault. Editado por el Vicerrectorado Administrativo de la Universidad de Los Andes. Venezuela. Mérida.

Van Dijk, Teun A. (1994) *Prensa, racismo y poder*; Universidad Iberoamericana.

Verón, E. (1971). Ideología y comunicación de masas: La semantización de la violencia política. Buenos Aires; Editorial Nueva Visión.

Welles, Orson. (1938). La Guerra de los Mundos. Guión radiofónico. Traducción de Jorge Álvarez con indicaciones para la realización técnica. Academia de las Artes y las Ciencias Radiofónicas de España.