



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

EN EL MUNDO DE LAS IMPRESIONES: COMUNICAR ES
IMPRESIONAR, PORQUE UNA IMPRESIÓN
JAMÁS SE OLVIDA

*Las Implicaciones de la Teatralidad en la
Comunicación Humana. Análisis de la película:
“La Vida es Bella” de Roberto Benigni*

T E S I N A

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
CON ESPECIALIDAD EN COMUNICACIÓN POLÍTICA

P R E S E N T A

ALEJANDRA PATRICIA GÓMEZ CABRERA



ASESOR: MTRO. SEYMUR ESPINOZA CAMACHO

MÉXICO, D.F.

2009



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Alejandra Patricia Gómez Cabrera

**EN EL MUNDO DE LAS IMPRESIONES: COMUNICAR ES
IMPRESIONAR, PORQUE UNA IMPRESIÓN JAMÁS SE OLVIDA**
Las Implicaciones de la Teatralidad en la Comunicación Humana



UNAM-FCPyS

Dedicada, con todo mi amor, a mis padres:

Ma. Soledad y Antonio.

¡GRACIAS!

A mí:

por vivir con felicidad y arriesgarme, siempre en la conquista de mis sueños.

Por mi pasión, amor y entrega.

A mis padres:

por obsequiarme la vida,

por sus desvelos, por todos sus cuidados y el amor incondicional que me han brindado.

A Kary:

por ser mi ángel guardián, por la seguridad de que estaremos juntas sin importar el destino, por tener el cariño preciso y las palabras perfectas.

Al resto de mi familia:

por los momentos de alegría y las lecciones de fortaleza.

A mis amigos:

por las aventuras, los brindis, el baile, los consejos y las carcajadas; principalmente, por las veces en que un lazo muy profundo nos ha unido para derrotar a lo adverso.

A mis maestros:

por enseñarme otras visiones, a veces opuestas, pero siempre alejadas del conformismo.

Y a mi alma máter, mi gran orgullo:

La Universidad Nacional Autónoma de México.

¡GOYA! ¡GOYA! ¡CACHUN, CACHUN, RA, RA! ¡CACHUN, CACHUN, RA, RA!

¡GOYA! ¡¡UNIVERSIDAD!!

ÍNDICE

¡PRIMERA LLAMADA!	6
I	
EL ORIGEN DE LA COMUNICACIÓN COMO INTERACCIÓN Y DEL INDIVIDUO COMO ACTOR SOCIAL	11
<i>Ir y venir de la comunicación</i>	12
<i>La comunicación humana como Interacción Simbólica</i>	16
<i>Hablar con las palabras, Comunicarse con el cuerpo, con el espacio y con el silencio también</i>	20
<i>Decir razones y mirar emociones</i>	25
II	
ACTUAR PARA IMPRESIONAR: DE TI, SÓLO LA IMPRESIÓN PERDURARÁ	30
<i>De la realidad de la vida cotidiana a la realidad teatral</i>	31
<i>Caras vemos, impresiones suponemos</i>	35
<i>Una imagen dice más que mil palabras, pero una impresión....</i>	39
<i>El estigma, una distorsión del sí mismo</i>	45
<i>Ruptura de lo ordinario, la naturaleza teatral del ser en las instituciones totales</i>	48
III	
EN EL ESCENARIO DE LA VIDA...	
Análisis de La Película <i>La Vida es Bella</i> de Roberto Benigni	53
<i>A donde fueres, haz lo que vieres: El fascismo italiano y el predominio de la ideología nazi</i>	58
<i>Tras la fachada, algo más yace oculto</i>	61
<i>La realidad antes de Auschwitz</i>	62
<i>De la realidad en Auschwitz a la estigmatización del judío</i>	66
<i>Ojos que no ven realidad, corazón que se deja impresionar</i>	74
PARA TERMINAR	80
BIBLIOGRAFÍA Y OTRAS FUENTES	84

¡ PRIMERA LLAMADA !

*No sólo vivimos, sino actuamos;
componemos y representamos el personaje que hemos elegido
y así vestidos, solicitamos el aplauso
y esperamos morir en medio de un silencio universal.*

ERVING GOFFMAN

¿Alguna vez ha aparentado ser alguien mejor de quien es en realidad a fin de conquistar el sueño de un amor anhelado o del éxito laboral? En medio de la noche, ¿se ha detenido ante la presencia de un sujeto de apariencia extraña, por miedo de que lo vaya a asaltar? O al ver las noticias del día, ¿le ha embargado la tristeza al mirar las imágenes que ilustran la poca suerte de algunos individuos como los muertos de Myanmar?¹ Si se ha encontrado en alguno de estos escenarios, seguramente reconoce el vasto poder que una imagen logra tener en la impresión de realidad que las personas se hacen de uno y en ese sentido, en la trascendencia del comportamiento teatral en la cotidianidad social; sin embargo, ¿qué ocurre con la naturaleza actoral del individuo

¹ Según datos del periódico *El País*, el paso del ciclón Nargis por La Antigua Birmania, Myanmar, en el mes de Mayo del 2008, dejó en China un cuadro desolador, no sólo por los más de 22,464 muertos y 41.054 desaparecidos, sino por la evidencia de pobreza extrema entre sus pobladores.

cuando el control de su personalidad se ve trastocado por el contexto como en el caso de los internos de una cárcel, un hospital psiquiátrico o los que, en su momento, fueron los campos de concentración?

La realización de la presente investigación, se debe a dos razones: la primera, porque se considera, en las interacciones sociales interviene un comportamiento teatral común para salvaguardar la actuación conforme a los intereses y necesidades de cada individuo en concordancia con los referentes del entorno; la segunda, debido al creciente auge de lo visual en la sociedad contemporánea, lo que lleva a los individuos a prestarle mayor atención a aspectos que en forma silenciosa, atractiva y vertiginosa hablan a los demás sobre lo que presumen ser y entre tanto, sirven como pauta para acercar o alejar a ciertos sujetos, situaciones y oportunidades de la vida de cada actor.

El objetivo de este ensayo es identificar la relevancia de la teatralidad en la comunicación humana, bajo el siguiente supuesto: si el ser teatral actúa conforme a un comportamiento intencional dirigido hacia la consecución de metas específicas, entonces las impresiones fomentadas entre sus espectadores le servirán como herramienta para comunicarse con mayor eficiencia y eficacia para priorizar acciones y administrar recursos informativos según el interés de cada actor y del contexto suscitado, no sólo en lo concerniente a sus actividades rutinarias, sino también, ante momentos sorpresivos en que las circunstancias lo llevan a actuar con base en su instinto de supervivencia.

Las impresiones que algunos líderes carismáticos han causado entre sus seguidores, han sido de una magnitud tan vasta, que han llevado a la muerte a cientos de personas sin argumento alguno. Tal es el caso de Jim Jones², uno de los líderes sociales más teatrales de la historia. Este actor supo utilizar desde el más mínimo detalle de su atuendo, hasta del

² Jim Jones lideró el suicidio de más de 900 personas presenciado en noviembre de 1978 entre los adeptos del que se conoció como *El Templo del Pueblo* en California, que principalmente atrajo a las personas más marginadas de la comunidad norteamericana (negros, pobres, criminales y drogadictos) bajo la promesa de una comunidad interracial socialista.

entorno mismo, con el fin de motivar a su público a actuar conforme a sus intereses, el principal, el encarnar a un dios para sus adeptos. Anterior a su llegada al recinto donde iba a dar su discurso, música *gospel* (evangélica) invadía la atmósfera y un misticismo absoluto rodeaba su persona: vestía con una túnica que resaltaba por sus colores chillones y con unas gafas oscuras ocultaban sus ojos, que según él, tenían poderes hipnóticos; se rodeaba de asistentes multirraciales que explotaban en entusiasmo a su llegada, mientras que él se alejaba de sus seguidores sentándose en una silla alta cuyo escenario estaba enmarcado por diversos símbolos: la bandera estadounidense, una declaración de independencia y una Biblia.

Además de este, los ejemplos de teatralidad social son variados y numerosos. Cualquier político en campaña disfrazado con un traje que resalta los colores de su partido, con el caminar enigmático y erguido, el discurso pronunciado elocuente con su ideología y favorecedor a las expectativas del pueblo, mientras que a su alrededor todo es alegría: aplausos, globos, confeti y música adornan la escena. No sucede lo contrario con la persona que pide limosnas a las afueras del transporte colectivo, al pasar frente a ella sus gestos parecieran más trágicos, su palidez más profunda y su voz aún más humilde. O el caso del joven que pide permiso para llegar tarde la siguiente noche por ir a una fiesta, si se detiene un momento a observarlo, su semblante lo sentirá más sosiego.

El enfoque dramaturgico para el estudio social propone un modelo analógico, según el cual la sociedad representa un escenario donde las personas actúan para ser vistas según la situación vivenciada, es decir, adquieren la categoría de personajes y el resto de espectadores de su obra. Bajo esta lógica, los individuos responden a una conducta intencional cuyo objetivo es *quedar bien con el otro*, no sólo para evitar el conflicto, sino para causar en los demás una impresión que beneficie el logro de sus objetivos. Dicha afirmación evidencia la presencia de un comportamiento teatral en las interacciones sociales.

La materia prima de la teatralidad son las impresiones, sin embargo, ¿qué es una impresión? Y ¿cómo afecta a la comunicación humana? Una impresión representa la tendencia del individuo a crear suposiciones sobre el comportamiento y la personalidad de aquellos con quienes se relaciona. De allí, que su importancia para las relaciones sociales reside en el impulso que provoca en el actor de querer o no relacionarse con otra persona, por la sola impresión que su apariencia causa en él. Al respecto, Nicola Scheinsohn en su libro: *El Vestido Habla*, explica que las personas físicamente atractivas influyen positivamente en el comportamiento de sus interlocutores, a saber del agrado físico que despiertan en ellos. Esta es la razón, por la que muchos individuos están interesados en transformar su imagen a propósito de resaltar ciertos aspectos de su personalidad y motivar al espectador en determinado sentido.

Con certeza, también conoce las implicaciones del comportamiento teatral y del manejo de las impresiones o ¿cuántas veces se ha puesto el atuendo más cautivador para una ocasión especial, ha fingido la sonrisa ante la llegada de un ser que le disgusta, ha contenido el llanto para evitar cuestionamientos, ha variado su opinión para evitar el malestar entre los presentes o ha ocultado sus vicios a fin de evadir el morbo o quedar mal ante su público? No obstante, frente a situaciones desconcertantes, ¿cómo logra, el sujeto, expresar su naturaleza actoral sin romper con el sentido de sus metas personales?

En la primera parte de este estudio se realiza un esbozo sobre los orígenes y desarrollo teórico de la comunicación, principalmente desde el pensamiento interaccionista, destacando los aportes del Interaccionismo Simbólico en la Escuela de Chicago y de Palo Alto en San Francisco, sin dejar de resaltar la importancia de los tratados de la lingüística estructural, perspectivas que han generado algunas de las bases teórico-metodológicas de trascendencia para el estudio del fenómeno comunicacional. Asimismo, se procura subrayar la importancia, no sólo del aspecto racional de la comunicación, sino de otras categorías de análisis como la emotividad, la creatividad y el entorno sociocultural en que se desarrolla cada actor.

Posteriormente, se exponen las similitudes y convergencias de la realidad de la vida cotidiana con la realidad teatral y con el concepto de *instituciones totales* desde los estatutos teóricos desarrollados por autores como Erving Goffman, Jacques Lacan, Peter Berger, Thomas Luckmann y Alfred Schütz, por mencionar algunos, así como el predominio de la teatralidad en la comunicación humana para reforzar ciertos rasgos en el contenido de la actuación con el propósito de persuadir al espectador hacia intereses específicos y en consecuencia, aumentar la eficiencia de la comunicación.

En el último capítulo, se realiza un breve análisis de la película *La Vida es Bella* de Roberto Benigni, destacando la trascendencia del entorno en el proceso comunicativo, que en este caso se le atribuye al fascismo italiano y al predominio de la ideología nazi. Asimismo, se destaca la trascendencia de la teatralidad en la planeación de la información a través de herramientas teatrales como las prácticas protectivas y defensivas, el manejo de las impresiones para salvaguardar la imagen y la estigmatización a través de las *instituciones totales* y otro tipo de herramientas para deslegitimar la actuación. Finalmente, se aborda un breve apartado con las conclusiones de este trabajo.

Esta obra, le permitirá al lector mirar desde otra óptica su vida. Ya no sólo será el individuo en sí, sino el personaje y actor de una obra, en busca de nuevas emociones para penetrar en el ánimo de su público. No sólo será el público y el escenario teatral, sino el contexto social que emergerá, se construirá y se transformará con cada interacción. Entonces, el murmullo sobre su personaje llevará al clímax sus nervios y a lo lejos, una voz gruesa afirmará: *¡Tercera llamada, tercera llamada, comenzamos!*

I**EL ORIGEN DE LA COMUNICACIÓN COMO INTERACCIÓN
Y DEL INDIVIDUO COMO ACTOR SOCIAL**

*En la comunicación coexisten y se confrontan
elementos técnicos y subjetivos, explicaciones racionales y emotivas
que, de todas maneras, a querer o no,
nos hacen objetos de persuasión y sujetos de seducción.*

RENÉ FUJIWARA

La comunicación es un fenómeno social amplio y bullicioso, “una disciplina de encrucijada en la que son muchos los que pasan pero pocos los que se detienen”³, principalmente, porque la cantidad de contrastes en las definiciones y aplicaciones de ésta a la realidad social, hacen de su objeto de estudio, metodología y alcances un enmarañado de opiniones que animan la confusión y la falta de rigor en el uso y análisis del término; sin embargo, al mismo tiempo, la comunicación abriga un producto del desarrollo humano y social.

³ Wilbur Schramm en *The Science of Human Communication* citado por Judith Lazar en *La Ciencia de la Comunicación Humana*, p. 5.

Ir y Venir de la Comunicación

La comunicación es un proceso que evidencia la necesidad más primitiva del ser humano: la supervivencia, pero al mismo tiempo, representa un arsenal expresivo con base en el cual se reproduce, mantiene y desarrolla la plataforma cultural⁴ que da origen a la sociedad. En tanto, evidencia un error confinar el concepto de comunicación a la mera transmisión de información, al diálogo entre personas o a los medios de comunicación masiva, pues al análisis comunicacional le concierne el estudio de la interacción como un proceso de mayor complejidad, ya que además de identificar en el individuo a un ser pensante, capaz de reflexionarse a sí mismo en función de sus intereses y su entorno, las características del concepto se refieren a su polisemia y al enfoque multidisciplinario de la profesión.

La noción de comunicación como fenómeno social, se sitúa desde el momento mismo en que surge en el individuo la necesidad de convivir con sus semejantes a fin de conservar y prever la seguridad de la especie humana. Por esta razón, la etimología de la palabra *comunicación* deriva del latín *communicare*, que significa la acción de manifestar una cosa para poner en común –*communis*– a algo o alguien. Con base en su significado más antiguo, *comunicar* hace referencia a un acto relacional entre individuos, aunque también puede interpretarse desde el ámbito de las noticias, los transportes, los medios de comunicación masiva y la tecnología.

<<Comunicar>> y <<comunicación>> aparecen en la lengua francesa en la segunda mitad del s. XIV y están muy próximos a <<comulgar>> y <<comuni6n>>, t6rminos m6s antiguos (siglos X-XII). En el s. XVI aparece el sentido de <<practicar>> una noticia. Desde entonces y hasta finales del siglo, <<comunicar>> comienza a significar <<transmitir>> (...) Para el s. XV, la palabra aparece en la lengua inglesa, <<communication>> se convierte en el *objeto* del que se participa en com6n, y dos siglos m6s tarde, en el *medio* para proceder a esa participaci6n. En el s. XVIII, el concepto se pluraliza y se convierte en el vocablo para denominar a carreteras, canales y, m6s tarde, ferrocarriles (...) En el primer tercio del s. XIX, en Estados Unidos, y hacia 1950 en Gran Bretaña, la comunicaci6n comienza a designar a las industrias de la prensa, el cine, la radio y la televisi6n.⁵

⁴ La cultura se entiende como una producci6n colectiva de significado con base en la cual se entablan las relaciones sociales. Anthony Giddens (1989) explica que la cultura se refiere a los valores que comparten los miembros de un grupo dado, a las normas que pactan y a los bienes materiales que producen. Los valores son ideales abstractos, mientras que las normas son principios definidos o reglas que las personas deben cumplir para convivir en sociedad.

⁵ Yves Winkin. *La Nueva Comunicaci6n*, pp. 12-13.

Esta gama de significados tan próximos a la comunicación ha requerido de un consenso entre los investigadores a fin de apoyar el auge científico de esta disciplina. La corriente positivista instaurada por Augusto Comte⁶ ha influido de manera notoria en esta labor, al proponer el método científico para el análisis de los fenómenos caracterizados por ser empíricos y constantes, teóricamente analizables y plausibles de comprobación.

Instruidas en este pensamiento, se han originado diversas investigaciones que buscan identificar, sistematizar y consensuar estructuras teóricas más sólidas sobre las cuales edificar los estudios de comunicación, que se remontan 2,300 años atrás con *La Retórica de Aristóteles*, obra basada en el análisis de las prácticas oratorias y su influencia en el comportamiento y la opinión del espectador. El hallazgo más significativo de este trabajo, ha sido encontrar en la persuasión una herramienta para mantener el nivel de credibilidad del público frente al contexto suscitado por el orador a fin de hacer más eficiente su discurso.

Posteriormente, concluida la Segunda Guerra Mundial, los comunicólogos, especialmente en Estados Unidos, enfocaron sus investigaciones al análisis de la capacidad de los medios de comunicación masiva para influir sobre grandes públicos, así como a la sistematización de la propaganda en las dictaduras totalitarias para la difusión y asentimiento de nuevos adeptos como en el caso del nazismo alemán. Dichos estudios, erigieron el desarrollo de la perspectiva funcionalista de la comunicación, en la que destacan las aportaciones propuestas por Harold D. Laswell, Paul Lazarsfeld, Robert K. Merton y Carl Hovland, por mencionar algunos.

Harold Laswell, politólogo e investigador del fenómeno propagandístico, propuso un modelo de análisis para identificar el tipo de emisor, contenido, medio, público y efectos

⁶ Augusto Comte (1798-1857), filósofo fundador de la sociología, introdujo el vocablo de *consenso* a las ciencias sociales -retomado de los escritos de César, Cicerón y Tito Livio-, mismo que entendió como un estado de cohesión al que indistintamente llegan todos los organismos vivos para su supervivencia y evolución.

que se originan durante la interacción. ¿Quién dice qué, por qué medio, a quién y con qué efecto? fue la premisa sobre la que erigió el marco conceptual de la sociología funcionalista, misma que retomó, en mayor medida, *La Teoría Matemática de la Información*, propuesta por Claude Shannon y Warren Weaver (1949). Esta teoría logró uno de los acuerdos más trascendentes entre los académicos, al proponer el estudio de la comunicación como un fenómeno lineal en el que se da la transmisión de información a través de un mensaje emitido a uno o varios receptores.

Por su parte, la perspectiva sistémica de la comunicación, fundada en la noción cibernética de retroalimentación ideada por Norbert Wiener (1948) y considerada mayormente por la perspectiva antropológica, defendió la postura de la comunicación como un proceso circular en el que cada nueva información retroactúa sobre el sistema para el logro de objetivos. Esta corriente agregó al proceso comunicacional la noción de *feed back*. Wilbur Schramm fue uno de los primeros autores en sistematizar este modelo el cual valuó con mayor énfasis el contenido del mensaje, el sentido, la intencionalidad y el contexto en que se efectúa la interacción.

Además de estas perspectivas, el desarrollo de la comunicación se ha sostenido de enfoques tan diversos como la teoría psicológica de la información basada en los estudios sobre la percepción formulados por Abraham Moles, pasando por los tratados sobre lingüística por Ferdinand de Saussure, la antropología cognitiva de Lévi-Strauss, las investigaciones en la Escuela de Palo Alto y de Chicago sobre la interacción o las propuestas sistémicas de Niklas Luhmann, sin perder de vista las teorías críticas de la comunicación promovidas desde la Escuela de Frankfurt. Dichos estudios han permitido analizar la comunicación como un fenómeno cuya incidencia, se extiende desde el contenido del mensaje hasta del público al que va dirigido.

El modelo interaccional de la comunicación ha permitido identificar y sistematizar el estudio de este proceso a través de diversas categorías, iniciando con la comunicación

intrapersonal, interpersonal, intragrupal, intergrupala y colectiva⁷. De acuerdo con esta tipología, cada estadio comunicacional varía de acuerdo con el número de actores involucrados en la interacción, la forma y medios de relación entre los participantes: si es directa (cara a cara) o indirecta (a través de algún intermediario) la transmisión del mensaje, si hay o no proximidad física entre los implicados, así como la presencia y temporalidad en la retroalimentación.

Cabe resaltar, que la continua innovación de las perspectivas y estudios comunicacionales, en gran medida, se debe al fomento de las tecnologías de la información y la comunicación, las cuales han propiciado cambios importantes en las formas de interacción social a través de relaciones que van más allá del contacto cara a cara y de estructuras espaciotemporales más flexibles motivadas, por mencionar algunos ejemplos, a través del uso del *SMS* o las *webinars*⁸ en la Internet.

En síntesis, se puede afirmar que durante las últimas décadas, la evolución en la metodología para el análisis de la comunicación, “ha pasado de tener un eje central en la fuente y el mensaje a considerar más al receptor y los significados; de ser unidireccional a ser circular; de ser estática a orientarse en el proceso; de tener un énfasis exclusivo en la transmisión de información a uno en la interpretación, las relaciones y los diferentes contextos”⁹, razones por las que la investigación del receptor al que va dirigido el mensaje

⁷ Guillermo Tenorio en su obra: *La Metodología y la Enseñanza de las Teorías de la Comunicación*, analiza el proceso comunicacional a través de los siguientes estadios: 1) La *comunicación intrapersonal* es aquella del individuo consigo mismo y depende del pensamiento reflexivo. 2) La *comunicación interpersonal* implica el diálogo (cara a cara), engloba manifestaciones de información verbal y no verbal por la estrecha proximidad física entre los participantes, asimismo, la respuesta simultánea del receptor ante la emisión del mensaje permite la frecuente retroalimentación. Este tipo de comunicación representa el principio del acto social. 3) La *comunicación intragrupal* es aquella que se origina entre los individuos de un grupo mediante la disposición de una estructura de roles, normas y jerarquías que proveen de integración e identidad al organismo. 4) La *comunicación intergrupala* se produce a través de la interacción entre uno y otro grupo y está limitada a la cultura, la ideología y el pensamiento social. 5) La *comunicación masiva o colectiva* percibe a la sociedad como un conjunto de grupos correlacionados y en equilibrio dinámico. Los medios de comunicación, las instituciones públicas y los organismos privados se correlacionan para formar el sistema social.

⁸ *El Servicio de Mensajes Cortos* (SMS) es un servicio disponible en la mayoría de los celulares digitales (y otros dispositivos móviles) que permite mandar mensajes cortos e instantáneos entre usuarios de dispositivos portátiles. Las *webinars* son conferencias utilizadas para realizar reuniones de grupo en tiempo real vía Internet., diseñadas para ser interactivas entre el presentador y su audiencia.

⁹ Carlos Fernández. *La Comunicación humana en el Mundo Contemporáneo*, p. 202.

y la importancia del *feed back*, se consideran aspectos que no sólo enriquecen el contenido de la comunicación, sino que determinan en gran medida el éxito o fracaso de la interacción según las expectativas del emisor del mensaje y sus circunstancias.

La Comunicación Humana Como Interacción Simbólica

El Interaccionismo Simbólico¹⁰ en la Universidad de Chicago y La Escuela de Palo Alto en California (1942), ambos enfoques desarrollados a mitad del siglo XX, defienden la comunicación como un proceso científico cuyo objeto de estudio son las interacciones sociales. Los postulados de La Escuela de Palo Alto, también conocida como *Colegio Invisible*, a través de autores como Paul Watzlawick, Don Jackson y Gregory Bateson son de significativa trascendencia para el análisis interdisciplinario de la comunicación. Al lado de estos interaccionistas, “destaca el grupo formado en Iowa en torno a Manford Kuhn y T. S. McPartland, cuyo órgano de expresión es la revista *The Sociological Quarterly*. Sus investigaciones, al igual que las de los interaccionistas, se centran en el concepto del sí mismo (self).”¹¹ Sin embargo, las principales divergencias de Iowa con la Escuela de Chicago son a nivel metodológico, ya que Manford Kuhn considera al sí mismo como una estructura y no como un proceso, es decir, deja de lado la presencia activa del sujeto para manipular su contexto social, contrario a lo que algunos interaccionistas simbólicos como George H. Mead, Herbert Blumer, Charles H. Cooley y Erving Goffman afirman, esto es, que las personas configuran el entorno y sus maneras de actuar conforme a sus intereses y motivaciones.

“El Interaccionismo Simbólico se centra en el proceso de la interacción social mediante símbolos y se concentra antes que nada en la acción comunicativa”¹² como el elemento

¹⁰ Sociólogo de la Universidad de Chicago y discípulo de Mead, Herbert Blumer acuñó en 1938 el término de Interaccionismo Simbólico a esta corriente.

¹¹ Julio Carabaña y Emilio Lamo de Espinosa. *La Teoría social del Interaccionismo Simbólico: Análisis y Valoración Crítica*, p. 175.

¹² Judith Lazar. *Op. Cit.*, p. 11.

principal que suscita la convivencia social, al afirmar que las personas no actúan por meros impulsos, sino que simbolizan su realidad para incrementar su capacidad de reflexión y resolución de conflictos en beneficio propio. Cuando un impulso se canaliza hacia determinada respuesta, se habla de acción; la acción lleva al individuo a actuar más allá de su naturaleza animal con base en un comportamiento más reflexivo y socialmente acorde.

Los seres humanos orientan sus acciones hacia las cosas en función de lo que éstas significan para él, y el significado de estas cosas se deriva o surge como consecuencia de la interacción social que cada cual mantiene con otro(s), y a su vez, los significados se manipulan y modifican mediante un proceso interpretativo desarrollado por el sujeto al enfrentarse con las cosas y personas que va hallando a su paso.¹³

No obstante, ¿cómo es que la interacción está representada por una acción simbólica? Las acciones están representadas por símbolos, ya que la realidad simbólica permite actuar con base en un aparato interpretativo que ayuda a seleccionar, organizar, reproducir y transformar los significados que rodean al actor en función de sus expectativas y propósitos, es decir, definir su mismidad en el sentido de la otredad. Los símbolos representan una realidad que va más allá de lo perceptible y está ayudada por las experiencias del individuo con su pasado y de su imaginación en relación con el futuro, en consecuencia, producen la misma respuesta en quien los emite y en quien los recibe, pues responden a acciones reflexivas que buscan modificar la conducta propia, al reforzar la habilidad de la persona para pensar sus acciones con base en lo que podrían provocar en los demás.

Como apunta Ernst Cassirer, filósofo alemán estudioso de la cultura, el ser humano más que ser racional es un ser simbólico, ya que no responde a los estímulos del ambiente de manera inmediata, sino que los interpreta en el sentido de su beneficio y los expresa a través de sus modos de actuar y sus creencias; no reproduce su realidad de una manera acabada, sino conducente hacia objetivos específicos bajo estructuras de análisis y elementos sensibles para lo cual el lenguaje¹⁴ representa el sistema simbólico por

¹³ Herbert Blumer. *Interaccionismo Simbólico: perspectiva y método*, p. 31.

¹⁴ Ferdinand de Saussure, filólogo suizo fundador de la lingüística, hace una diferencia entre lenguaje, lengua y habla. Explica que el *lenguaje* es un medio para transmitir ideas y construir el pensamiento; la *lengua* es un producto social que

excelencia, pues le ayuda a expresar y generar la realidad a partir de ciertas reglas convenidas por la comunidad lingüística que dan lugar a la interacción y al entendimiento común.

Retomando el concepto de acción comunicativa, anteriormente desglosado, se puede decir que la comunicación no es una acción en sí misma, sino sobre el otro. A este fenómeno se le conoce como interacción. La interacción es “la acción recíproca entre dos o más agentes (...) al margen de quién o qué inicie el proceso de interacción, el resultado de ésta es siempre la modificación de los estados iniciales de los participantes”¹⁵ involucrados. Por ende, la interacción representa un modo de comportamiento que origina determinada situación y orienta hacia ciertos objetivos la convivencia social.

La interacción comunicativa es un proceso de organización discursiva entre sujetos que, mediante el lenguaje, actúan en un proceso constante de afectación recíproca. La interacción es la trama discursiva que permite la socialización del sujeto por medio de sus actos dinámicos, su adaptación al entorno y la comprensión de las acciones propias y ajenas.¹⁶

La comunicación, además de identificar un estado relacional, representa un proceso donde los individuos participantes se influyen mutuamente. El mensaje recibido afecta la manera en que el sujeto se percibe a sí mismo y en que es percibido por los demás, ya que comunicar no sólo implica transmitir información, sino construir los modos de actuar de cada individuo en sociedad con base en las expectativas, las costumbres, la normatividad vigente y la situación originada por cada contexto.

Por ejemplo, piense que va caminando por la calle pensando que su pareja lo ama cuando al dar la vuelta en la esquina, sorpresivamente ve al ser amado besando a otra persona. La imagen visualizada ha afectado su estado inicial de romanticismo por uno de infidelidad y el resultado de ese cambio, tal vez sea la separación. En la comunicación sucede el mismo

permite representar ideas para dar lugar al entendimiento común y el *habla* es un acto lingüístico individual.

¹⁵ Martha Rizo. *El Camino hacia la Nueva Comunicación*,

<http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n40/mrizo.html>, p. 5. (16/08/2007)

¹⁶ *Ibidem*, p. 3.

proceso, cada nueva información desencadena una serie de cambios en la conducta de quien recibe el mensaje y en consecuencia, en su manera de actuar e interpretar el momento vivenciado.

Aquel que se comunica, sabe que su mensaje influirá en la dinámica del entorno y de las personas con las que interactúa, por lo cual prever el impacto de un mensaje será primordial para mejorar la comunicación. Por esta razón, el *self* es uno de los conceptos centrales en la interacción simbólica. El *self* evidencia la capacidad del individuo para interactuar consigo mismo, convirtiéndose en objeto de su atención al crear una imagen de sí coherente con el medio, el tipo de actores con los que se relaciona y la intención que cada participante dice experimentar. De manera que, el sujeto trata de identificar cómo su apariencia y modos de ser podrían influir en la conducta de los demás para adecuarlos en beneficio propio.

La noción de *self* identifica en el otro a un espectador, por lo que “primero, imaginamos cómo aparecemos ante los demás; segundo, imaginamos qué opinan ellos de nosotros y en tercer lugar, desarrollamos un sentimiento de nuestro *self* como consecuencia de nuestra imaginación de las opiniones que los otros tienen de nosotros,”¹⁷ para posteriormente, actuar conforme a las exigencias predominantes.

Por esta razón, para el interaccionista la comunicación inicia antes de la emisión del mensaje, ya que el individuo planea para sí lo que va a comunicar a los demás. Esta comunicación consigo mismo le ayuda a comprender el entorno desde su propia opinión y cómo puede ser visto por los demás, le permite organizar y seleccionar los aspectos del contexto a favor de sus propios intereses para, simultáneamente, medir su influencia sobre los actores implicados. Continuando con el ejemplo anterior. Al llegar a la casa y observar a su pareja sentada en el sofá, antes de violentarla, soltar en llanto o proponerle la

¹⁷ George Ritzer. *Teoría Sociológica Moderna*, p. 276.

separación, pensará para usted mismo que es lo más conveniente y luego, se lo hará saber. Asimismo, intentará *ponerse en los zapatos* de su pareja para entender su infidelidad.

En síntesis, la naturaleza de la comunicación se caracteriza por ser intencional, persuasiva, teleológica, direccional e instrumental¹⁸. Es intencional, porque se dirige hacia objetivos específicos que permiten habilitar los recursos informativos con los que cuenta el comunicador; es persuasiva, pues se busca manipular el contenido del mensaje con el propósito de cambiar, formar o reforzar la actitud del interlocutor hacia condiciones que le sean redituables conforme a sus intereses; es teleológica, por su particularidad polisémica y multifuncional que retoma diversos fenómenos de la vida social; es direccional, ya que se seleccionan ciertos contenidos para crear las situaciones que le permitan al actor lograr los objetivos deseados y, finalmente, es instrumental, pues sirve como herramienta para alcanzar ciertos objetivos.

Hablar con las Palabras Comunicarse con el Cuerpo, con el Espacio y con el Silencio También

La comunicación se constituye sobre la base de intenciones precisas, que buscan influir en la definición de cada situación y en el comportamiento de las personas con las que se interactúa. Aunque muchos seres vivos se comunican transmitiendo información para su supervivencia, la diferencia con los seres humanos radica en su capacidad para generar y perfeccionar símbolos a fin de conformar lenguajes comunes y útiles para vivir en sociedad.

¹⁸ Retomado de los apuntes del curso de *Estadística para la Investigación Social* impartido por el Mtro. Seymour Espinoza Camacho en la FCPyS-UNAM a propósito de la naturaleza de la comunicación expuesta por Jürgen Habermas en su obra *Teoría de la Acción Comunicativa*.

“La información, a pesar de ser sólo un elemento potencial, está inexorablemente implicada en todas las fases del proceso de comunicación”¹⁹, ya que interviene en la sistematización de lo que va a comunicar el emisor, pasando por la decodificación del mensaje, hasta el efecto de éste en la conducta del receptor. Asimismo, la información genera el conocimiento humano sobre el que se desarrollan las relaciones sociales, representa un conjunto sistematizado de datos²⁰ que producen el conocimiento necesario para que las personas realicen sus actividades y al mismo tiempo, sean persuasivas a favor de sus intereses. En ese sentido, la información acerca al individuo con la realidad social, pues reduce el grado de incertidumbre en el que inicialmente se encuentra respecto a su entorno y al resto de los sujetos implicados en la interacción.

Quando un individuo llega a la presencia de otros, estos tratan por lo común de adquirir información de él o de poner en juego la que ya poseen (...) La información acerca del individuo ayuda a definir la situación, permitiendo a los otros saber de antemano lo que él espera de ellos y lo que ellos pueden esperar de él (...) Informados, los otros sabrán actuar a fin de obtener de él una respuesta determinada.²¹

Con base en esta explicación, se puede decir que la comunicación es un proceso que se origina y se funda en el otro, porque durante la interacción el individuo actúa conforme a sus intereses, pero también, conforme a lo que los otros esperarían de él ante determinada situación.

Ahora bien, la información conlleva determinada forma de expresión, ya sea por lo que se dice o por el comportamiento no verbal que lo acompaña. La información verbal se concentra en la producción y el tratamiento de las palabras, qué es lo que se dice, ya sea mediante la conversación o la escritura. La forma más compleja de comunicación verbal es el lenguaje estructurado según las normas gramaticales y las competencias y habilidades lingüísticas de cada persona.

¹⁹ Alejandro Gallardo. *Curso de Teorías de la Comunicación*, p. 154.

²⁰ Guillermo Tenorio explica, que desde el punto de vista semiótico, los datos son signos que tienen un significado inmediato, denotativo (descriptivo) y connotativo (latente) que le da forma y coherencia al mensaje.

²¹ Erving Goffman. *La Presentación de la Persona en la Vida Cotidiana*, p.13.

La comunicación no verbal, por su parte, se refiere a la manera cómo se expresan aquellas conductas tales como la apariencia física, el olfato, la mímica, el movimiento y la postura corporal; los elementos que acompañan las emisiones verbales tales como el tono, la intensidad y el volumen de la voz, (paralingüística); los gestos y las expresiones faciales (kinésica); la ubicación y distancia entre los comunicadores, la organización y el uso del espacio físico respecto a las otras personas (proxémica); así como la disposición del ambiente y el silencio. En síntesis, el lenguaje no verbal “equivale a la comunicación que se establece por medios distintos a las palabras; es decir, a partir de las diversas manifestaciones de nuestra corporalidad.”²²

Muchas personas se detienen a pensar ¿qué es lo que van a decir ante determinada situación?, sin considerar que sus acciones no verbales tienen un mayor impacto en el desempeño de la interacción. Como explica Ray Birdwhistell, antropólogo de la Universidad de Chicago e investigador de la comunicación no verbal y del significado psicológico de los movimientos corporales, el 65% de la comunicación está determinada por actitudes basadas en la información no verbal y sólo el resto depende de estímulos verbales. Por su parte, Alejandro Salgado, catedrático e investigador en comunicación de la Universidad Pontificia de Salamanca, afirma que “en la comunicación interpersonal el 93% del significado procede de la información no verbal: el 58% correspondería a los gestos y el 35% al tono de la voz; sólo el 7% del significado recaería en la importancia de la palabra.”²³

Al respecto, Andrés Mínguez Vela, licenciado en Ciencias de la Educación por la Universidad de Valencia y doctor por la misma Universidad desde 1989, explica que la comunicación no verbal posee un 55% de retención en oposición con sólo un 16% de la información verbal, ya que su importancia recae, principalmente en la entonación y expresividad con que se comunica un mensaje. Con base en esta afirmación, se puede

²² Carlos Fernández. *Op. Cit.*, p. 202.

²³ Mario Álvarez. *El Lenguaje No Verbal*, p. 2.

decir que el lenguaje oral por sí solo tiene muy poca influencia sobre el comportamiento del interlocutor, tiene que mezclarse con la comunicación no verbal para dirigir la conducta de los demás en forma eficiente.

La información corporal tiene una carga significativa en la comunicación, ya que le da sentido a las palabras y dice mucho sobre el estado de ánimo, la apariencia y los modales del interlocutor, así como de ciertos aspectos que van más allá de la interacción cara a cara, tales como las costumbres, los vicios, las preferencias ideológicas o las características geográficas y culturales de una persona. Sin embargo, la gama de estímulos corporales evidencia un número infinito de gestos y posturas, por ejemplo, “algunas investigaciones demuestran que los 80 músculos de la cara son capaces de formar más de 7,000 expresiones faciales diferentes”²⁴, lo que evidencia la complejidad, no sólo para controlar esta conducta, sino para llegar a un acuerdo sobre la codificación, interpretación y entendimiento común del lenguaje no verbal.

A pesar del alto nivel de complejidad en el estudio de este tipo de comportamiento, algunos autores se han propuesto su análisis, tal es el caso de Paul Ekman, catedrático de psicología en la Universidad de California y experto en comunicación no verbal. Con base en el análisis de las situaciones afectivas a las que dan lugar los gestos faciales, Ekman propone seis emociones distintas para interpretar y dirigir la conducta corporal del emisor: el miedo, la ira, la tristeza, la repugnancia, el goce y el desprecio. La tristeza, por ejemplo, propicia un rostro con los párpados y la mueca caída o la repugnancia un ceño fruncido. A través de esta clasificación, el comunicador puede canalizar su mensaje hacia resultados más eficientes, es decir, si al recordar la muerte de un ser querido durante cierta conversación, el interlocutor deja ver una cara de tristeza, tal vez sea más óptimo cambiar el tema, el tono de voz o los ademanes utilizados para evitar que aumente la sensación de dolor o en su caso, la incomodidad que se podría estar viviendo.

²⁴ Eugene B. McDaniel y James Johnson, Scars and Stripes citado en Roger Ailes y Jon Kraushar *Tú Eres el Mensaje*, p. 27

Otro estudioso del comportamiento no verbal es el antropólogo norteamericano Edward Hall, quien en su obra *La Dimensión Oculta* (1963), propone una clasificación para identificar e interpretar los códigos de la proximidad física en la cultura anglosajona. Establece como *distancia íntima* (15-45cm) la que guarda cada persona entre aquellos de su mayor confianza y con los que, en algunos casos, está emocionalmente vinculada; a esta distancia la comunicación se da por medio de la mirada, el tacto y el sonido. Es la zona de las amistades, la pareja y la familia. La *distancia personal* (46-120cm) se da entre los compañeros de trabajo y las conversaciones en eventos sociales como reuniones y fiestas. La *distancia social* (120-360cm) es aquella que se establece con la gente desconocida y, por último, la *distancia pública* (más de 360cm) es la distancia idónea para dirigirse a un grupo en conferencias y coloquios.

La proximidad, al igual que otros estímulos no verbales, depende de las características socioculturales de cada comunidad. Por ejemplo, en Japón las mujeres silenciosas y estéticamente inamovibles son más atractivas, a diferencia de los países del sur de América donde las mujeres parlantes y que pronuncian el movimiento del cuerpo al caminar o al bailar son más seductoras. Sin embargo, Helen Fisher, investigadora del departamento de Antropología de la Universidad de Rutgers, en su obra: *La Anatomía del Amor*, explica que el lenguaje corporal no sólo depende de las asociaciones culturales, sino también de la naturaleza biológica de cada cual. Por ejemplo, se ha descubierto que los hombres tienen una mayor actividad cerebral asociada con la integración de los estímulos visuales, mientras que las mujeres tienen una mayor actividad con la memoria.

Aunada a estas características, el lenguaje no verbal también se identifica por ser inmediato, de breve duración y, en muchas ocasiones, involuntario, por lo que el interlocutor puede utilizar este tipo de comportamiento como una herramienta para evaluar la veracidad de aquello que se dice al compararlo con la información no verbal emitida. Una frase puede ocultar lo que ciertos detalles como la sudoración por ansiedad o

el sonrojamiento por nerviosismo, evidenciarán ante el espectador. Un par de jóvenes se conoce en una fiesta. Al final de la reunión el chico le pregunta a ella si tienen novio, a lo cual ella responde con un no, mientras se tuerce las manos, evade la mirada y agita su respiración. Seguramente él notará el engaño ante tal negación.

Finalmente, cabe resaltar, que el tratamiento de la información dependerá de los objetivos que se desean alcanzar durante y una vez concluida la interacción, por lo cual habrá que planear la comunicación para evitar mostrar errores en detrimento de la pertinencia del mensaje ante determinado contexto.

Decir Razones y Mirar Emociones

El bagaje expresivo utilizado por el comunicador afectará la forma en que uno es identificado y tratado en sociedad. Independientemente de que la comunicación se vea más influida por argumentos o, en su caso, por aspectos emotivos; planear la comunicación la hará más efectiva. La planeación de la comunicación implica saber cuál es la razón de ser de aquello que se informa, al valorar las cualidades y deficiencias del mensaje con base en su pertinencia para los propósitos que se desean alcanzar. Cuando el emisor desconoce el motivo por el cual decidió comunicarse con los demás, ya sea por olvido o desconocimiento, el proceso tenderá a hacerse más lento y confuso para el emisor, lo cual disminuirá la eficacia y eficiencia del mensaje y su capacidad de lograr el objetivo deseado.

La eficacia, se refiere a la capacidad de contribución de la persona para lograr los propósitos ideados. En efecto, la comunicación es eficaz cuando se consiguen los objetivos de determinada actividad significativa y persuasiva. Por su parte, la eficiencia, se refiere al uso, con rendimiento, de los recursos informativos; equivale a la relación entre metas producidas y recursos informativos consumidos. La comunicación es eficiente

cuando se optimiza el consumo de los recursos informativos necesarios para convencer al interlocutor de realizar determinada acción.

Por esta razón, es propicio que la comunicación inicie con un proceso reflexivo a través del cual el individuo evalúe la situación que está a punto de vivenciar y las posibles consecuencias de sus acciones para controlar la interacción y el resultado de la misma en el receptor. Al respecto, se afirma que la comunicación no es un fin en sí misma, sino un medio para lograr un fin. David Berlo, discípulo de Wilbur Schramm en la Escuela de Periodismo de la Universidad de Illinois, sostiene que:

Nos comunicamos para influir y afectar intencionalmente. Al analizar la comunicación y al tratar de que ésta sea lo más efectiva posible, lo primero que debemos preguntarnos es cuál es el fin que persigue y qué resultados espera el emisor al emitir su mensaje (...) ¿Qué es lo que desea que la gente crea como resultado de su comunicación y qué quiere que ésta sea capaz de decir, de hacer? (...) Cuando aprendemos a expresar nuestros propósitos en términos de respuestas específicas con respecto a aquellos a quienes van dirigidos nuestros mensajes, hemos dado el primer paso hacia la comunicación eficaz y eficiente.²⁵

El mensaje que busca ser eficaz y eficiente se diseña con base en objetivos específicos y al mismo tiempo, pretende administrar la información de manera que sólo sea transmitida aquella que genere la situación que se desea. Por esta razón, para intervenir en la conducta del receptor, el emisor está obligado a hacer un diagnóstico general sobre las características e intereses de su interlocutor y del contexto. Antes de proyectar tendrá que absorber la información del entorno para construir un mensaje más integral y creativo entre sus intereses y las expectativas que mantienen sus receptores.

Albert Bandura (1977), psicólogo conductista ucraniano, propone el modelo de la *autoeficiencia* como plataforma de su *Teoría del Aprendizaje Social*. Él afirma que la confianza en uno mismo es importante para el dominio y el óptimo manejo de las situaciones futuras, ya que aumenta el nivel de eficiencia para lograr determinada función, es decir, un comunicador eficiente buscará planear los alcances e impacto de su mensaje, en la medida

²⁵ David Berlo. *El Proceso de la Comunicación. Introducción a la Teoría y a la Práctica*, p. 11.

en que determine qué objetivo desea alcanzar, a qué tipo de receptor irá dirigido su mensaje y bajo qué circunstancias lo hará. Esta información le dará ventaja ante su interlocutor y la situación vivenciada, lo cual se verá reflejado en un mayor grado de confianza en sí mismo y credibilidad ante su público.

Además de la naturaleza persuasiva de la comunicación, las emociones juegan un papel trascendente en el proceso de interacción. A diferencia de la conducta intencional, las emociones muestran una tendencia dinámica, pues se refieren a los impulsos que inclinan al ser humano hacia determinado tipo de conducta, independientemente de que ésta haya sido racionalizada. Por ejemplo, la emoción resultado de ver a una persona físicamente atractiva será de acercamiento, a pesar de saber que esta persona ya cuenta con una pareja. Cabe resaltar, que las emociones provocan cambios fisiológicos ante el estímulo sensorial proveniente. Ante este tipo de acercamiento, aumentará la presión sanguínea y la sudoración del individuo, su respiración se verá agitada y sus pupilas se dilatarán, estos cambios influirán en el comportamiento no verbal del sujeto y podrán ser analizados por el receptor de su mensaje.

Bajo estas premisas, se estipula que el ámbito emocional de la comunicación crea un vínculo de carácter afectivo con el destinatario a través de un contenido que busca hacer sentir, más que hacer pensar, lo cual se caracteriza por activar la atención sensorial de los destinatarios y por reducir la complejidad al momento de interpretar el mensaje. El uso de estereotipos²⁶, imágenes tendientes hacia la tragedia y la comedia, así como la falta de argumentos ante la presentación de determinado contenido, ejemplifican el uso de la emotividad en la comunicación.

²⁶ Para Walter Lippman, escritor y periodista estadounidense, los *estereotipos* son creencias sociales compartidas acerca de los atributos o características que poseen ciertos miembros de la comunidad. Asimismo, los estereotipos son resultado de las interacciones y suelen utilizarse para realizar inferencias y juicios sobre la apariencia de determinados actores. En algunas ocasiones representan mecanismos de defensa ante posibles conflictos y en otras, buscan proteger los valores y/o intereses de ciertas personalidades o grupos en la sociedad.

Cabe resaltar que, tanto la racionalidad como la emotividad determinan oportunidades de persuadir al interlocutor según el interés subyacente de cada actor. Una vez que el comunicador sabe qué y por qué va a transmitir determinado mensaje, tiene la oportunidad de simbolizar una *realidad mejorada* de sí mismo, lo que le concede la libertad de allegarse de las herramientas creativas necesarias para construir un mensaje más atractivo y accesible al espectador y a sus intereses.

Al respecto, la creatividad evidencia una actitud flexible del creador para adaptarse al entorno y aprovecharlo en su beneficio a través de “la capacidad para asociar, combinar y/o reestructurar elementos reales o imaginarios, en un nuevo orden significativo dentro de un contexto cultural determinado, y/o de elaborar ideas o productos originales, útiles e innovadores”²⁷ que beneficien su convivencia social. La creatividad representa la transformación de la naturaleza en un producto social, es decir, la evolución del ser instintivo en un ser social.

El creativo se funda en una visión integral del proceso de comunicación, que busca construir un mensaje para impresionar positivamente a su interlocutor, lo cual se traduce en un mensaje más eficiente y efectivo en función de sus objetivos. Por esta razón, “los creativos tienen que saber presentar sus ideas como actores en el escenario en el que tienen que ganarse a un público especial y exigente.”²⁸

El comunicador se convierte en un creativo en el momento en que surge en él la intención de impresionar a los demás, en ese instante su realidad adquiere una nueva dimensión: la teatral. Las personas que buscan impresionar a sus públicos, someten a determinado tratamiento el mensaje que van a comunicar, entonces los individuos se convierten en actores y en un escenario la sociedad.

²⁷ Francisco García. *Realidad Virtual y Mundos Posibles*, p. 28.

²⁸ Carlos Navarro. *Creatividad Publicitaria Eficaz*, p. 160.

Erving Goffman, interaccionista simbólico estudioso de las relaciones sociales desde la perspectiva dramaturgica, identifica en la sociedad a un escenario, en el sentido de que el quehacer del individuo, continuamente es observado por el resto de las personas, por lo que cada cual actúa en función del rol²⁹ que desempeña, así como de la imagen que desea ofrecer a los demás. Las imágenes que de sí, proyecta el individuo ante su público, influyen, no sólo en la manera en que es percibido, sino también en la forma en que es tratado en sociedad. De allí que, el sujeto determina la interacción en función de sus intereses y las características y expectativas que mantienen de él sus espectadores.

El siguiente apartado busca ahondar sobre la definición de teatralidad, sus implicaciones en la comunicación humana, su impacto en la realidad de la vida cotidiana y en las situaciones imprevistas que resultan de fenómenos sociales como las *instituciones totales*, con el objetivo de analizar la importancia de la teatralidad y el manejo de las impresiones para mejorar la comunicación en el sentido de lograr guiar la conducta del destinatario hacia propósitos específicos.

²⁹ El rol se define como el conjunto de expectativas, normas de comportamiento y costumbres que le dictan a la persona cuál es el comportamiento socialmente adecuado en función de determinado contexto espacial y temporal. El rol le atribuye ciertas características físicas, intelectuales y culturales a la persona.

II

**ACTUAR PARA IMPRESIONAR:
DE TI, SÓLO LA IMPRESIÓN PERDURARÁ**

*El hombre surge de un mono que se volvió dramático, mímico,
que aprendió a representar papeles.
Siempre ha simulado ser más terrible o benévolo de lo que en verdad es,
según el rito que ejecute,
de acuerdo con el mito que encarne.*

ANTONIO DELHUMEAU

El desarrollo de las interacciones en el mundo actual están propensas a la representación de múltiples papeles entre los actores sociales en quienes radica la idea de impresionar a sus públicos para conseguir, ya sea el éxito laboral, el amor que se ha venido anhelando, y en algunas ocasiones, el mero respecto a la coexistencia humana. El mundo de las impresiones demanda sujetarse a un interés, entrañar a un personaje bajo un estereotipo o la creatividad del individuo y abocarse a un escenario que le de vida al actor bajo los ojos de un público³⁰ minucioso, disímil y sagaz: la sociedad.

³⁰ Roger Ailes define el público como cualquier otro diferente a ti.

De la Realidad de la Vida Cotidiana a la Realidad Teatral

La realidad, del latín *realitas* (*res* cosa), significa la apreciación común de lo que existe, es decir, de aquello que es sensorialmente perceptible al ser humano. Esta definición parte de la corriente fenomenológica que afirma: “las cosas constituyen lo dado, aquello que vemos y que está delante de nuestra conciencia³¹ (...) La conciencia consistirá en referirse a un objeto,”³² a pesar de que no se encuentre materialmente.

Jacques Lacan diferencia entre *la realidad* y *lo real*. Para este psicoanalista francés, *la realidad* es el conjunto de cosas percibidas por el individuo, mientras que *lo real*, trasciende el concepto de la *realidad*, al referirse al conjunto de las cosas independientemente de que sean o no percibidas por alguien. *Lo real* está ahí tan global, incierto e indeterminado que no es nada para la persona, sino hasta que ésta le atribuye un significado, entonces se convierte en *la realidad*.

La realidad se vuelve aprehensible al ser humano a través de imágenes. El concepto de *imagen* deriva del latín *imago* y significa la representación o imitación de la realidad. Para Aristóteles, la imitación –*mimesis*– es la forma de representar la realidad y de reproducir el aprendizaje en torno a la misma, mientras que la –*diégesis*– pertenece al mundo imaginario. Ambas forman parte de la realidad y sirven como constructos expresivos que le permiten al individuo absorber el mundo exterior y transformarlo en información significativamente trascendente. Una imagen es la interpretación –*lexis*– de una percepción y percibir es el medio por el cual la persona aprehende, significa y actúa en la realidad.

La realidad es aprensible al individuo a través del proceso de percepción, razón por la cual, la percepción evidencia un puente entre el pensamiento (mundo interior) y la realidad social (mundo exterior) del ser humano. Al respecto, la realidad es una construcción

³¹ La conciencia se entiende como el conocimiento que un ser humano tiene de sí mismo, de sus emociones, razones e intereses (mundo interno) y de su entorno ante determinada situación (mundo externo).

³² Gustavo Escobar y Mario Albarrán. *Filosofía. Un Panorama de su Problemática y Corrientes Contemporáneas*, pp. 96-101.

personal cuya magnitud conlleva a lo social a través de una adaptación continua de la naturaleza instintiva del ser humano. Esta adaptación, le permite convivir en un nivel social.

Como se ha venido mencionando, el lenguaje es un factor trascendente en la vida humana, tanto individual como social, que permite la interacción social. A través del lenguaje, los individuos le confieren significado a la realidad que los rodea. Si lo real es inagotable, el lenguaje lo limita a una realidad descriptible y dirigida hacia una especificidad. Sobre esta lógica, entre más amplio es el lenguaje de una persona, mayor es su capacidad para entender y vivenciar las imágenes que la rodean.

Robert Gagné, profesor de la Universidad de Berkeley y estudioso del procesamiento mental de la información, explica que la recepción de la realidad involucra la percepción selectiva de ciertos mensajes a fin de activar la atención y la retención de la información más relevante para el individuo conforme a sus intereses personales. Como ejemplo, se puede mencionar la afirmación de la antropóloga Helen Fisher, para quien el proceso de atención durante el enamoramiento responde a un instinto de perpetuación de la especie, en el que los hombres suelen prestarle mayor atención a féminas con pechos grandes y caderas anchas a fin de satisfacer la seguridad materna, mientras que las mujeres eligen a varones fuertes que conforme a su interpretación pueden proveerles de seguridad.

Esta afirmación permite ver que la interpretación del mundo perceptible hace de la realidad social una realidad subjetiva, pues cada individuo y/o colectividad interpreta de diferente manera las imágenes de su entorno dependiendo de sus necesidades, intereses y/o expectativas, así como de las características contextuales existentes.

Retomando el concepto de realidad de la Fenomenología, perspectiva filosófica cuyos principios constituyeron el desarrollo del Interaccionismo Simbólico, la realidad está fundada en dos términos primordiales para la comunicación humana: la acción y la

intersubjetividad. La acción social influye en la denominación del *yo* y del *otro*, es decir, determina una conducta proyectada hacia los demás, de ahí que la acción comunicativa esté representada por la interacción social, mientras que la intersubjetividad se considera un principio básico de las relaciones sociales. Alfred Schütz, filósofo y estudioso de la realidad social, al respecto de la intersubjetividad, afirma que:

Al vivir en el mundo, vivimos con otros y para otros, y orientamos nuestras vidas hacia ellos. Al vivenciarlos como otros, como contemporáneos y congéneres, como predecesores y sucesores (...) comprendemos la conducta de los otros y suponemos que ellos comprenden la nuestra.³³

En gran medida, como afirman los sociólogos Peter L. Berger y Thomas Luckman, la realidad social está representada por la vida cotidiana. La realidad de la vida cotidiana constituye la suma de las subjetividades compartidas por cada uno de los miembros de la sociedad, permanece visible y accesible a cualquier persona, ya que se impone a todos por igual a través de un conjunto estructurado de normas, roles y jerarquías, así como de un tiempo y espacio determinado que dan orden y estabilidad a la sociedad.

La realidad de la vida cotidiana se muestra como una serie de rutinas, en las que cada cual sabe cómo comportarse, es consciente de lo que debe y no hacer; sin embargo, ante la presencia de una situación problemática, entendiéndose por problemática que rompe con la secuencia de las acciones que se venían practicando, se construye una nueva realidad, completamente distinta a la que se venía dando y en la que las formas de obrar responden a una nueva pauta a fin de continuar siendo eficaces. Berger y Luckman denominan a estas realidades como *realidades múltiples*. Ejemplos de *realidades múltiples* son los sueños, el arte, el pensamiento teórico, los juegos, las bromas, los albures y la teatralidad.

Las *realidades múltiples* dependen de la realidad de la vida cotidiana, sólo que siguen sus propias estructuras de organización y funcionamiento. A diferencia de la realidad de la vida cotidiana, que es tan real para uno como para los otros y que es compartida en un

³³ Alfred Schütz. *La Construcción Significativa del Mundo Social. Introducción a la Sociología Comprensiva*, p. 39.

nivel público, en las *realidades múltiples* la persona inmersa en ese mundo es quien determina la amplitud o limitación de su realidad, así como de las normas, jerarquías, roles e individuos involucrados en ella. Por ejemplo, en un juego de adivinanzas donde el castigo es que la persona que pierda revele un secreto, la regla sólo aplica entre aquellos que participan en el juego. El resto de las personas quedan excluidas de todo castigo o recompensa. Este caso evidencia que en las *realidades múltiples* los significados sólo son compartidos por los participantes de esa realidad y por nadie más, por lo que “comparadas con la realidad de la vida cotidiana, otras realidades aparecen como zonas limitadas de significado, enclavadas dentro de la suprema realidad.”³⁴ Al respecto, las *realidades múltiples* se caracterizan por desviar la atención del actor respecto de las actividades suscitadas en la vida cotidiana.

Por su parte, en las *realidades múltiples*, la conceptualización espacio-temporal, generalmente es periférica a la impuesta por la vida cotidiana, ya que en éstas se atribuye un calendario, un espacio y un significado para cada situación, que muchas veces puede contradecir las consideraciones sociales vigentes. Habitualmente, las personas sólo evidencian su participación en una *realidad múltiple* entre su círculo de intimidad, con el fin de mantener el anonimato de la experiencia y sólo después de asegurarse de la autenticidad y la aceptación de la misma, llegan a compartirla en un nivel público. Por ejemplo, una joven del trabajo sueña con un chico apuesto de la oficina, es probable que el acontecimiento sólo lo revele entre aquellas personas con quienes ha establecido un lazo afectivo y de confianza más arraigado; una vez que sabe que ella también le gusta al susodicho, tal vez haga pública su vivencia.

Por último, hay que resaltar, una vez concluida la participación de la persona en cualesquiera de las *realidades múltiples*, tiene que volver a la realidad de la vida cotidiana, ya que ella determina las actividades rutinarias de cada cual, impone un cronograma a sus proyectos y biografía, un lenguaje para el entendimiento común, así como las normas que

³⁴ Peter L. Berger y Thomas Luckmann. *La Construcción Social de la Realidad*, p. 43.

envuelven y determinan el comportamiento de todos en su conjunto. Aquel individuo que permanece indefinidamente en una realidad múltiple, puede ser juzgado socialmente por impertinencia o enfermedad y en algunos casos, como se verá más adelante, esta situación puede marcar la presencia de un estigma institucionalizado. Bajo esta lógica, la realidad de la vida cotidiana emerge como una realidad imperante del ser social.

Caras Vemos, Impresiones Suponemos

Hans-Georg Gadamer, en su obra: *La Actualidad de lo Bello*, explica que la teatralidad “no es la mera reproducción de una realidad acabada; sino que constituye una de las vías que nos conducen a una visión objetiva de las cosas y de la vida humana. No es una imitación sino un descubrimiento de la realidad,”³⁵ esto es, la teatralidad, antes que nada, es una forma enriquecida de elegir entre las infinitas posibilidades de ser uno o alguien más.

Considerando que la teatralidad es básicamente un proceso visual dirigido a la emotividad del espectador y que las personas, al igual que todas las entidades que conforman la realidad, son generadoras de imágenes, se puede afirmar que las interacciones generalmente están propiciadas por un esfuerzo individual por agradar y ser aceptado; razón por cual, cada individuo busca influir positivamente en la impresión que los otros se forman de él y evitar pequeñas disrupciones que pudieran atentar contra su posicionamiento e identidad social.

Desde el momento en que se establece el primer contacto se protagoniza, ya que “es durante los primeros 5 ó 7 segundos cuando empezamos a elaborar nuestros pensamientos sobre las personas, estamos mostrando cuáles son nuestros verdaderos sentimientos y qué queremos en realidad que suceda en nuestro encuentro.”³⁶ Entonces, la

³⁵ Hans-Georg Gadamer. *La Actualidad de lo Bello*, p. 130.

³⁶ Roger Ailes y Jon Kraushar. *Op. Cit.*, p. 23.

teatralidad aparece como la herramienta mediante la cual el actor manipula la realidad para reforzar aquellos aspectos de la interacción que le permitan ser persuasivo con su público.

Esta premisa, evidencia el hecho de que el comportamiento social está mediado por un comportamiento teatral donde las personas actúan como si estuvieran en un escenario, al tratar de impresionar o influir en los miembros del público, es decir, de los otros actores sociales. Dicho comportamiento descubre en el individuo a un ser activo que busca dirigir la conducta de los demás según su forma de comunicarse a través, por ejemplo, de la selección del color y el tipo de vestimenta o del maquillaje que va utilizar.

Bajo esta lógica, la teatralidad le suma expresividad e intencionalidad a la imagen transmitida por la persona y convierte al individuo en un actor social, ya que somete su comportamiento a las características de un personaje que arroja con su personalidad y controla conforme a las demandas que le impone su público y el escenario en el que se desenvuelve. Por consiguiente, “teatral y <<teatralidad>>, vendrían a significar que los participantes adquieren la categoría de actores y actrices, en cuanto <<actúan>>, no se comportan <<naturalmente>>, sino que asumen personajes en función de la existencia de unos espectadores,”³⁷ esto es, el ser teatral incurre en un proceso en el cual las características y los hechos vivenciados dejan de ser lo que realmente son para convertirse en los que representan, mediante esta selección, se le confiere mayor importancia a ciertas características o situaciones, mientras que otras se ocultan.

La esencia de la teatralidad es la apariencia. El aspecto o parecer exterior de alguien, se conoce como apariencia. La apariencia identifica en el individuo otra realidad, es decir, la persona no se muestra como realmente es en su totalidad, sino sólo como quiere ser vista ante los ojos de los demás. El ser, en su identidad total, conforme a sus creencias, valores, espiritualidad, miedos y vicios, queda guardado tras de la apariencia física y sólo se comparte entre un círculo selecto y confiable de personas, generalmente entre la familia, la

³⁷Juan Villegas. *De la Teatralidad Como Estrategia Multidisciplinaria*, p. 9.

pareja y los amigos. Al respecto, la apariencia subsiste como una tarjeta de presentación personal que se muestra ante el público, mientras que el resto yace oculto.

Erving Goffman, en su obra *Estigma*, presenta el testimonio de la esposa de un enfermo mental. Para ocultar ante sus vecinos que su esposo se encontraba en un hospital psiquiátrico y en consecuencia, perder el estatus y la confianza otorgada por los mismos, esta joven dejó de desayunar con las mujeres de los departamentos vecinos para evitar sus preguntas y antes de dejar entrar visitas a su casa, ocultaba cualquier material que identificara la situación por la que pasaba su pareja, tales como documentos, recetas, medicamentos, entre otros. Sólo ella, los médicos y su esposo conocían la situación real por la que pasaba la familia.

Este ejemplo muestra la trascendencia de las apariencias en el comportamiento teatral como una forma de adecuación de la imagen personal a los referentes sociales. En ese sentido, el ser teatral, le da a la realidad percibida una nueva dimensión, pues la subjetividad de cada individuo influye en su manera de percibir el contexto. Por tal razón, “la opinión vertida por cada cual, se convertirá en la <<realidad>> (mundo interior) de quien la emite, aunque no necesariamente coincida con la <<realidad social>> (mundo exterior). Por esto se dice que percepción es realidad y por eso mismo una cosa es lo que somos y otra lo que los demás creen que somos.”³⁸

La actuación de cada quien descansa en las imágenes que de uno mismo perciben los demás; por eso, hay que tener cuidado con aquello que se personifica y estar conscientes, que la manera como uno se presenta ante los demás, abre el abanico de posibilidades para que se origine la impresión propicia en el espectador.

Este hecho, hace de la planeación una pieza importante en la teatralidad social, ya que la lectura de los hechos que rodean al individuo, le proporcionan indicios para inferir

³⁸ Víctor Gordo. *Imagología*, p. 41.

situaciones a futuro, que le permitirán actuar con mayor certidumbre y encauzar hacia recompensas su actuación; es decir, “cuanto mayor sea el dominio de sí mismo con que se realiza la actuación, cuanto más control tenga el actor, tanto más claramente se transmitirá el diseño y la forma del papel, tanto mayores serán sus efectos sobre el espectador y el éxito del actor.”³⁹

Una forma de crear el escenario idóneo para la interacción, es cuando las personas recogen indicios de actuaciones pasadas que les fueron benéficas y repiten los mismos patrones de conducta para obtener los mismos resultados. Otra forma de planear la actuación, es cuando el individuo pide consejos y sugerencias para perfeccionar su presentación a juicio de los espectadores con el objetivo de guiar en forma idónea las impresiones suscitadas durante la interacción. Por ejemplo, a una cena formal, difícilmente llegará vestido con jeans y tenis, pues su experiencia en la asistencia a reuniones pasadas del mismo tipo, le harán saber que la sencillez y la elegancia en el vestir son claves para este tipo de eventos. Al respecto, la persona que tiene un comportamiento acorde con las determinantes contextuales, recibe de los demás actores un trato de aceptación, integración y cordialidad.

Finalmente, la teatralidad constituye un *modus vivendi interaccional* que condiciona la forma de actuar de la persona a las expectativas sociales, lo que requiere de su creatividad para imaginar e integrar distintos recursos expresivos y contextuales, sin perder de vista el interés que la llevó a actuar de determinada manera.

La acción y la actuación forman parte innegable de la actividad significativa del individuo, la primera radica en su actividad relacional como ser social; la segunda, en su esencia teatral. Ambas partes figuran como plataforma de la interacción social a través de la cual “nuestros hábitos animales son transmutados por la conciencia en lealtades y deberes, para

³⁹ Constantin Stanislavski. *El trabajo del actor sobre el sí mismo*, p. 216.

volvemos <<personas>> o máscaras,”⁴⁰ al habituar la conducta al medio, al perfeccionar el sí mismo al rol ideal.

***Una Imagen Dice más que mil Palabras,
Pero una Impresión...***

El ser teatral cumple con dos roles básicos: actor y personaje; es actor, en la medida en que desempeña el papel idóneo para forjar ciertas impresiones entre sus espectadores; es personaje, porque se enviste de cualidades específicas evocadas durante el desempeño de su actuación. Personaje y actor es uno mismo en el desenvolvimiento del individuo en sociedad como el fabricante de un nuevo ser; entonces, no es casualidad que:

El significado original de la palabra persona sea máscara. En la medida en que esta máscara representa el concepto que nos hemos formado de nosotros mismos, esta máscara es nuestro <<sí mismo>> más verdadero, el yo que quisiéramos ser. Al fin, nuestra concepción de cómo nos desempeñamos llega a ser una segunda naturaleza y parte integrante de nuestra personalidad.⁴¹

Portar una máscara, implica hacer visible aquello que es socialmente adecuado y que funciona como dotación expresiva para definir la situación en relación con quienes la observan; en términos de Goffman, la máscara es igual a la *fachada personal*. La fachada personal es la imagen que de sí, el individuo comparte con los demás y sirve como una herramienta para embellecer la actuación a través del ajuste que realiza de sus modos de comportamiento frente a las demandas del medio. A la vez que se advierte lo que uno es, se establecen formas particulares de actuación que van adquiriendo sentido en el momento en que se comparten con los demás.

La fachada personal se divide en apariencia y modales. Ambas emiten información acerca de las características físicas –*appearance*– y los modos de actuar –*manner*– de la persona. La apariencia incluye el vestido, el sexo, la edad, los gestos corporales y todos aquellos

⁴⁰ Georges Santayana citado en Erving Goffman. *La presentación de la persona en la vida cotidiana*, p. 68.

⁴¹ Robert Ezra Park citado en Erving Goffman. *Ibidem*, p. 31.

elementos que involucran formas de expresión lingüística y corporal, características para identificar a un personaje, del resto, durante el cumplimiento de su rol.

Por su parte, los modales definen la forma de actuar de la persona frente a determinada situación y, con ello, establecen la cercanía o lejanía en la manera de actuar del individuo con lo que es socialmente correcto y, de un modo más específico, con las expectativas del público durante la interacción; entonces, “modales arrogantes, agresivos, pueden dar la impresión de que éste espera ser el que inicie la interacción y dirigir su curso. Modales humildes, gentiles, pueden dar la impresión de que el actuante espera seguir la dirección de otros o, por lo menos, de que puede ser inducido a hacerlo.”⁴²

Si la fachada personal es la imagen que los observadores perciben de la actuación de cada individuo, entonces la impresión es la respuesta que dicha conducta teatral provoca en el espectador. Las impresiones representan “la alteración que causa un comunicador con su mensaje en el ánimo del público por lo que dice, hace o aparenta”⁴³, es decir, las sensaciones y emociones a las que da lugar su actuación en la actitud del espectador.

Una persona impresionada tiende a especular y a calificar las actuaciones desarrolladas a través de juicios de valor, que responden más a aspectos emotivos que a cuestiones racionales. Al respecto, las impresiones sólo representan una plataforma para sostener las primeras interacciones, ya que, poco a poco, los individuos con los que se interactúa, irán obteniendo información más confiable, lo cual redefinirá el esquema de convivencia actual. Por ejemplo, una cocina, con el lavadero plagado de trastes sucios, dará la impresión de que el individuo dueño de ese lugar es un fodongo, aunque, posiblemente, una vez avanzada la interacción, el espectador resuelva que dicho desorden se debe a causa de la edad o del estado anímico del sujeto, situación que la impide para realizar las labores de limpieza de su hogar.

⁴² Erving Goffman. *Ibidem*, p. 36.

⁴³ Ignacio H. de la Mota. *Diccionario de la Comunicación*, p. 16.

En síntesis, puede decirse que “una impresión es una fuente de información acerca de hechos no manifiestos y un medio a través del cual los receptores pueden orientar sus respuestas al informarse”⁴⁴, sin tener que esperar a que el emisor intime con ellos para mostrarles a detalle el tipo de persona que es. Por lo tanto, sostener una imagen y no otra, orienta las posibles respuestas del receptor del mensaje, pues provoca en él ciertas impresiones, al tiempo que disuelve otras.

Al respecto, el postulado teórico de la semiótica greimassiana⁴⁵ propone: la estructura elemental de la significación responde a un contrato lingüístico, conocido como *contrato de veridicción*; para que se reconozca este contrato, el discurso informativo debe construirse de tal forma, que se presente como un discurso veridictorio; es decir, un discurso que, por sus características, pueda ser creído por el interlocutor. En este sentido, el mensaje que es creído, puede ser al mismo tiempo persuasivo.

Ahora bien, el comportamiento teatral, con base en este contrato, se entiende desde la perspectiva de *ser-parecer*, esto es, el individuo reemplaza su personalidad real por una simulada. Esta simulación parte del principio de equivalencia: *hacer-creer* al espectador que se es determinado tipo de persona, para que éste a su vez, pueda creer la situación y, en respuesta, tenga determinado tipo de trato y consideraciones hacia la persona. Por ejemplo, Juan es tartamudo (*Ser*). Ante sus compañeros de clase, Juan sólo habla lo necesario a fin de ocultar su tartamudez (*Parecer*). Con esta situación de encubrimiento Juan *hace-creer* a los demás que es una persona sin defectos en el habla. Y en respuesta, recibe un trato cordial, sin burlas ni desatenciones por parte de sus conocidos (*hacer-hacer*).

Con base en este ejemplo, la presentación de la persona ante los demás se explica a través de una relación diferencial, en la que elegir entre una y otra fachada personal, le dará un

⁴⁴ Erving Goffman. *Op. Cit., La presentación...* p. 265.

⁴⁵ Referencia a las aportaciones del lingüista Algirdas Julien Greimas a la semiótica estructural, instauradas en las ideas de Saussure y de Hjelmslev, que dieron lugar a la Escuela Semiótica de París.

sentido distinto al personaje exhibido y a las impresiones suscitadas durante la interacción. Esta tarea demanda la creatividad del actor para diferenciarse del resto y llamar la atención del espectador en un sentido específico. Una forma creativa de romper con las imágenes rutinarias es guiando las expectativas del receptor hacia impresiones que nunca han sido motivadas en él y que antes de causarle molestia, le son sorprendidas.

Esperamos, como es natural, cierta coherencia entre medio, apariencia y modales. Dicha coherencia representa un tipo ideal que nos proporciona una forma de estimular nuestra atención respecto a las excepciones e interesarnos por ellas (...) las excepciones a la esperada compatibilidad entre medio, apariencia y modales proporcionan el sabor picante y el atractivo hacia determinada información.⁴⁶

Por ejemplo, la imagen de una monja, que con una mano detiene un fajo de billetes y con la otra, apunta con una pistola a las sienes de un niño, rompe con la generalidad y llama la atención del público, ya que lo común sería presenciar, en la misma situación, a un hombre con el cuerpo suelto, la barba crecida y las vestiduras malolientes y rotas y no, precisamente, a una religiosa.

No sólo los modales y la apariencia mantienen una estrecha relación con la fachada personal, sino que el entorno *-setting-*, del cual forman parte los espectadores sociales, así como todos aquellos aspectos que son propios del trasfondo escénico, tales como el inmobiliario, el decorado, el ambiente y la geografía del lugar, son de gran importancia para el desenlace de la interacción social, pues dan indicios sobre el tipo de comportamiento que dará en el actor. Por ejemplo, a una reunión del episcopado llega una mujer con el atuendo de Marilyn Monroe, es seguro que la respuesta de los presentes será de alteración, pues dentro de la generalidad las mujeres cercanas a la Iglesia actúan en forma opuesta. Ahora bien, si a las afueras de un burdel se encuentra al compañero que siempre identificó por sus dotes de sobriedad, en un estado de conmoción, indudablemente su opinión hacia él se verá trastocada, puesto que el contexto en que se desenvuelve la persona, en gran medida, determina la forma cómo es y, al mismo tiempo, la manera cómo serán interpretados los acontecimientos alrededor de él.

⁴⁶ Erving Goffman. *Op. Cit., La presentación...* p. 37.

Mucho dependerá del público, que una impresión perdure conforme al interés personal de cada actor; por esta razón, las personas invierten un gran esfuerzo para impresionar positivamente a sus espectadores, en un intento por reforzar aptitudes como la fortaleza, el mérito, la responsabilidad, la riqueza, la capacidad y la inteligencia, al mismo tiempo que oculta sus vicios y debilidades. Este intento de la persona por aparentar ser alguien mejor de quien es en realidad y con ello, ganarse la confianza de su interlocutor “no se hace a favor del ideal más visible sino del legítimamente más importante,”⁴⁷ porque, finalmente, aquel será el que procure el mérito y la autenticidad de la impresión fomentada.

Una actuación que discrepa con la realidad genera una impresión negativa en torno al actor, ya que evidencia desinterés de su parte hacia su interlocutor; esta situación, deslegitima algunos de sus atributos frente a la percepción pública, comprometiéndolo en sus interacciones a nivel social y desacreditando la idea que forjó en torno a su personalidad, no sólo durante la interacción presenciada sino para el resto de la relación.

Según el nivel de interés que el emisor mantiene en su público, las actuaciones pueden clasificarse como *cínicas* o *sinceras*. Goffman explica que una actuación es *sincera* cuando el actor está interesado en la impresión que busca fomentar en sus espectadores y es *cínica*, en caso de que el actor se muestre desinteresado en las expectativas del mismo o goce mintiendo o dejándose mentir por los demás⁴⁸. El cuidado de los detalles como la pulcritud y la atención en el cuidado de la apariencia física, así como las palabras utilizadas para referirse a un individuo, por ejemplo, el uso de “usted” para personas mayores o autoridades, describen algunos ejemplos sobre actuaciones *sinceras*.

El grado de certidumbre con el que se emita un mensaje, dependerá, en gran medida, de la congruencia que exista entre aquello que se dice y lo que se expresa a través del lenguaje

⁴⁷ Erving Goffman. *Ibidem.* p. 57.

⁴⁸ En su obra *La Mentira en la Propaganda Política y la Publicidad*, Guy Durandin explica que la mentira y la verdad son visiones parcializadas de la realidad que se dan voluntariamente al interlocutor.

corporal. Por lo tanto, el público puede consolidar su confianza en la impresión fomentada o, en su caso, desprestigiarla a través de la evaluación que haga del mensaje recibido. Por ejemplo, a la mañana siguiente, un joven puede aparecer excesivamente nervioso y evitar darle la mirada a sus padres, porque sabe que mintió sobre la hora acordada para llegar la noche anterior, así que sin que se dé una respuesta verbal precisa, los padres asentirán que, en efecto, llegó más tarde de lo previsto.

Ciertamente, una errónea presentación creará en el receptor la idea de haber sido traicionado, lo que perjudicará negativamente la identidad del actor y la confianza hacia él. A pesar de ello, se pueden evitar accidentes menores por incapacidad, ansiedad o desinterés del actor hacia su público a través de prácticas protectivas de la imagen presentada. Sin embargo, en caso de haber falseado durante la presentación, existen prácticas que si han sido previstas, pueden defender la actuación y evitar que esta se vea afectada. Ante una acción que cause disgusto, como eructar en un tono elevado, puede reducirse el grado de molestia del público, si al momento se hace una broma, se cambia de tema o se sonríe en forma cautivadora.

Cuando el actor provoca en el espectador las impresiones deseadas y éste, a su vez, reacciona comprometiéndose con la situación prevaleciente, se dice que, se ha transmitido un mensaje en forma eficaz, pues funciona a favor de los intereses del individuo sin romper con las exigencias sociales.

En la medida en que los otros actúan como si el individuo hubiese transmitido una impresión determinada, podemos adoptar una actitud funcional o pragmática y decir que este ha proyectado <<eficazmente>> una determinada definición de la situación y promovido <<eficazmente>> la comprensión de que prevalece determinado estado de cosas.⁴⁹

Si el mensaje transmitido se ajusta al interés del emisor, entonces se le atribuye a la teatralidad favorecer la comunicación, ya que se controla en mayor medida el contenido del mensaje y la respuesta del receptor. La teatralidad, más que un objetivo en sí misma,

⁴⁹ *Ibidem.*, p. 18.

constituye una consecuencia lógica del perfeccionamiento de los medios de expresión y de la potenciación de la creatividad, a razón del esfuerzo del individuo por hacerse entender ante los demás.

En síntesis, el grado de interés que el destinatario le confiera a su interlocutor, se encontrará determinado por el tratamiento en el contenido y la emisión del mensaje, lo cual repercutirá en el nivel de confianza e intimidad con el que se desenvuelva la interacción. Sin embargo, existen casos en el que el control de la fachada personal y las impresiones provocadas no dependerán del actor, sino del público, quien tendrá la posibilidad de manejar la imagen del individuo en su detrimento, a pesar de que éste haya fomentado una imagen acorde con la demandada por el contexto. En estos casos, las herramientas teatrales expuestas buscarán provocar el aislamiento y la vejación hacia determinados actores o grupos sociales.

El Estigma, Una Distorsión del Sí Mismo

El otro puede ser configurado de diversas maneras, según el interés de cada persona o institución social. A lo largo de la historia, la sociedad se ha dividido en héroes y villanos, en gente bondadosa y malvada, generalmente esta última, identificada así, por oponerse a las instituciones, creencias y modos de vida de aquellos actores que tienen tal poder de decisión frente al acontecer social, como para condicionar la forma en que son percibidos y tratados determinados individuos y comunidades.

Desde la perspectiva goffmana, el concepto de *estigma* se refiere a la serie de atributos negativos respecto a un objeto o persona con el fin de evidenciarla grotescamente y provocar un trato público denigrante hacia ella.

Los griegos crearon el término de *estigma* para referirse a signos corporales con los cuales se intentaba exhibir algo malo o poco habitual en el status moral de quien los presentaba.

Los signos advertían que el portador era un esclavo, un criminal o un traidor, a quien debía evitarse, especialmente en lugares públicos. Más tarde, durante el cristianismo, se refería a signos corporales de la gracia divina. En la actualidad, la palabra es ampliamente utilizada con un sentido bastante parecido al original, pero con ella se designa preferentemente al mal en sí mismo y no sólo en sus manifestaciones corporales.⁵⁰

El proceso de estigmatización es una herramienta comunicacional que sirve para manejar negativamente las impresiones públicas en torno a un actor y en consecuencia, modificar su apariencia, modos de comportamiento y expectativas a fin de facilitar la degradación del sí mismo a través de sentimientos de menosprecio como la autocompasión, ansiedad, angustia y autovictimización.

Cuando se le estigmatiza a alguien, tienden a atribuírsele una serie de características que lo hacen, no sólo diferente a los demás, sino inferior. Estos atributos reducen la identidad total de la persona a algunos aspectos de su integridad que pudieran desprestigiarle, porque en su naturaleza representan algún defecto, falla o desventaja para quien las percibe. Algunos de los ejemplos de este fenómeno se observan en personas con defectos visuales como quemaduras o infecciones en la piel, falta de algún miembro del cuerpo o algún problema mental; sin embargo, también se conocen ejemplos de estigmatización hacia personas por su color de piel, género, ideología o creencia religiosa.

El estigma atribuido a una persona puede llevarla al aislamiento social, ya que, como consecuencia del estado de inferioridad al que se encuentra expuesta, sus interacciones no estarán sujetas a un código común que le sirva de plataforma para expresarse con libertad y ser tratada en forma equitativa en comparación con otros actores sociales.

La vulnerabilidad social y la falta de estabilidad individual al que se encuentra expuesto el estigmatizado, lo llevan a reducir su campo de acción como tomador de decisiones frente a aspectos de índole público, debido a la falta de credibilidad y de acatamiento que los

⁵⁰ Erving Goffman. *Estigma. La identidad deteriorada*, p. 11.

demás muestran ante sus opiniones. Estas acciones van mermando su nivel de jerarquía y aceptación social y subsiguientemente, aumentan su dependencia hacia la otredad.

La gente joven, por ejemplo, continuamente está expuesta a estigmas sobre su falta de experiencia laboral, profesional y emocional, sobre su dependencia económica y sus acciones irresponsables frente al alcohol, la pareja o el trabajo. No obstante, este modo de estigmatización, en muchas de las ocasiones crea hostilidad en el trato de los jóvenes hacia las personas de más edad y un sentido de rebeldía por la falta de espacios para expresarse y desarrollarse de un modo en que sus opiniones y sus decisiones sean consideradas lejos de atributos negativos.

Las acciones estigmatizantes, habitualmente contradicen la impresión que el actor buscó fomentar, ya que como se ha venido explicando, las personas intentan impresionar a sus espectadores de manera positiva y cautivadora ante sus intereses, y en el caso del estigmatizado, gran parte de su imagen está controlada por variables que no dependen de él, sino de ideas, estereotipos y modos de actuar de terceros. Al respecto, las acciones estigmatizantes tienden a representar interacciones cínicas, ya que el emisor de dichos mensajes no tiene el más mínimo interés por aquel con quien interactúa, más bien, aquel que estigmatiza busca reducir las posibilidades de vida del estigmatizado, pues además de hacerlo inferior frente a los demás, lo concibe como un peligro para la sociedad; tal es el caso de la percepción del nazismo alemán ante los judíos.

Ruptura de lo Ordinario, La Naturaleza Teatral del Ser en las Instituciones Totales

Existen *realidades múltiples*⁵¹ como la teatralidad que persiguen a la persona durante el desarrollo de su cotidianidad, en palabras del sociólogo Antonio Delhumeau, no hay actor social sin un ser teatral, pero ¿qué ocurre cuando el ser teatral por naturaleza, se encuentra inmerso en una *realidad múltiple*, que además de romper con su cotidianidad, atenta contra la configuración de su mismidad?, ¿cuáles son las herramientas actorales suscitadas dentro de este contexto? Y ¿hasta qué punto la persona tiene la libertad de representar al personaje de su elección?

En su obra: *Internados*, Erving Goffman establece el concepto de *instituciones totales* para referirse a las estructuras físicas que se caracterizan por modificar el comportamiento, la apariencia y la situación general de las personas inmersas en ellas por considerarlas diferentes e inferiores al resto de la sociedad.

Un ordenamiento básico en la sociedad moderna es que el individuo tiende a dormir, jugar y trabajar en distintos lugares, con diferentes coparticipantes, bajo autoridades diferentes y sin un plan racional amplio. La característica central de las instituciones totales puede describirse como una ruptura de las barreras que separan de ordinario estos ámbitos de la vida.⁵²

En la vida cotidiana, las instituciones sociales se caracterizan por absorber cierta parte del tiempo e intereses de los individuos y del mismo modo, asignarles determinados roles y objetivos en su construcción del sí mismo; sin embargo, en las *instituciones totales* la tendencia absorbente es tal, que se imponen limitantes que separan a la persona de su mundo habitual. Asimismo, existen acciones cuyo propósito es romper con el proceso de socialización al que el interno⁵³ estaba acostumbrado, en el que la regla era la aceptación, el

⁵¹ Como se mencionó con anterioridad, una *realidad múltiple* se refiere a una realidad distinta a la impuesta por la vida cotidiana, que le asigna nuevos significados a la interacción; tal es el caso de los sueños, el arte, el pensamiento teórico, los juegos, las bromas, los alures y la teatralidad.

⁵² Erving Goffman. *Internados*. p. 19.

⁵³ Para Erving Goffman, se conoce como *interno* al individuo ubicado al interior de un establecimiento, dentro del cual, las acciones habituales se ven transformadas por un nuevo estilo de vida y cultura. El tipo de interno depende del tipo de institución total a la que se refiera el contexto suscitado.

aprendizaje continuo, la cooperación, la convivencia común, así como el reforzamiento de la mismidad de cada actor. Dichas acciones, van a estar condicionada al tipo de *institución total* referida. En la sociedad moderna las *instituciones totales* pueden clasificarse de la siguiente manera.

En primer término hay instituciones erigidas para cuidar de las personas que parecen incapaces e inofensivas (hogares para ancianos, huérfanos e indigentes). En un segundo grupo están las erigidas para cuidar de las personas incapaces de cuidarse por sí mismas, constituyen además una amenaza para la comunidad (enfermos infecciosos y hospitales psiquiátricos). Un tercer tipo, organizado para proteger a la comunidad contra quienes constituyen un peligro intencional para ella (cárceles, presidios y campos de concentración). Un cuarto grupo corresponde a las instituciones destinadas al mejor cumplimiento de una tarea de carácter laboral, y que se justifica por sus fundamentos instrumentales (los cuarteles y barcos). Finalmente, hay establecimientos concebidos como refugios para la formación religiosa (monasterios, conventos, sectas y claustros).⁵⁴

La vida de un interno se desarrolla en el mismo lugar, ya no tiene esa libertad para moverse de un sitio a otro y cumplir con sus actividades, tampoco tiene la autonomía de interactuar con diferentes personas y círculos sociales, ya que su campo de acción se limita al impuesto por la *institución total*. Esta separación del individuo con su contexto ordinario, en un principio, sólo es física, pero poco a poco se convierte en psicológica y cultural, lo cual lo lleva a incorporarse en una nueva subjetividad, determinada por una regulación distinta a la cotidiana.

En las *instituciones totales* cada una de las actividades, se ven estrictamente vigiladas en tiempo y forma, lo que le resta control al interno frente a su mismidad. Las autoridades de dichos establecimientos están diseñadas para ser la única fuente de seguridad (como proveedores de alimento, productos de higiene personal y limpieza, medicamentos, entre otros) e información con el exterior, por lo que adquieren un alto grado de poder de decisión sobre las acciones de los internos. Asimismo, la reconfiguración del trabajo es distinta a la impuesta en la vida cotidiana, ya que, en ocasiones, es tan insuficiente que el aburrimiento termina con la creatividad de los internos, pero en otros momentos, son tan arduas las labores, que la fatiga excluye de cualquier otra actividad a los reclusos.

⁵⁴ Erving Goffman. *Internados*. pp. 18-19.

Esta falta de control sobre el sí mismo, en ocasiones, instauro un ambiente en el que el personal de la institución tiende a sentirse superior y justo, en oposición con la inferioridad y culpabilidad que experimentan los internos, misma que tiende a desmoralizarlos; también, se crea desconcierto sobre las forma de aplicar las normas, que generalmente establecen un esquema de privilegios y castigos⁵⁵ que van más allá de los prescritos en la ley; finalmente, la forma de actuar de los internos, en lo general, privilegia los intereses de la institución por encima de los propios, aún cuando estos intervengan en sus necesidades más básicas⁵⁶, por lo que hay internos con fuertes problemas de salud (desnutrición, heridas infectadas o pulmonía) o crisis mentales por ansiedad o depresión.

Además del apartamiento social, al entrar a una *institución total* el interno se ve despojado de su estilo de vida y rutina habituales. Hay un despojo del rol que la persona venía practicando antes de incorporarse a la institución: puede ser que en el pasado, el individuo haya trabajado como abogado y ahora, sea el encargado de barrer los dormitorios. A estas particularidades, se suma la prohibición de visitas, recepción de llamadas telefónicas o cartas y la negativa de tener tiempos de ocio fuera de la institución.

La privación de las posesiones del interno y su sustitución por otras que no le son comunes, puede representar otra forma de desprestigiar la imagen del individuo. Una muestra es la sustitución del nombre personal por claves, números, metáforas y apodos. “Las personas extienden sus sentimientos del yo a las cosas que les pertenecen. Quizá la

⁵⁵ Erving Goffman explica que en las instituciones totales los privilegios no equivalen a prerrogativas, franquicias o valores, sino simplemente a la ausencia de privaciones que de ordinario nadie presume tener que soportar.

⁵⁶ Abraham Maslow, doctor en psicología por la Universidad de Wisconsin, propuso la *Teoría de la Jerarquía de las Necesidades*. La necesidad de sobrevivir es un impulso inherente a cualquier especie viva, después de ésta, surgen otras necesidades, que en sentido descendente, de acuerdo con las prioridades del ser humano, son: necesidades fisiológicas (comer, beber, dormir y procrear), necesidades de seguridad (supervivencia y protección), necesidades sociales (amor, afecto y pertenencia), necesidades de estima (necesidad de logro –autoconfianza e independencia- y necesidad de reputación –reconocimiento, atención y aprecio de la sociedad-) y necesidades de autorrealización (logros con base en las habilidades y actitudes de la persona).

más significativa de estas pertenencias es el nombre propio (...) La pérdida del nombre propio puede representar una significativa mutilación del yo.⁵⁷

También es posible, que al ingresar a una *institución total*, la persona sea despojada de su acostumbrada apariencia, así como de aquellos instrumentos que apoyan al control de su imagen como en el caso de maquillajes, elementos de baño, ropas, joyas, perfumes, o de aquellos que pudieran representar un vínculo con su vida exterior como cartas, documentos oficiales, fotografías o amuletos. Dichas acciones evitan que la persona tenga el control de su apariencia y de su manera de presentarse ante los demás, con lo cual se afirma su estado de inferioridad y dependencia frente a la jerarquía institucional.

A veces, las acciones estigmatizantes van más allá de sustraer las pertenencias de los internos, al grado de hacerles mutilaciones, marcas y heridas en sus cuerpos, con el propósito de restar su sentido de seguridad personal y fomentar su angustia ante la continua presencia de su deformación. El mismo efecto tiene la transgresión a la intimidad personal del interno. A menudo se exponen hechos y sentimientos acerca de su historia de vida, preferencias sexuales, dogmas y otros aspectos de su persona, que en el escenario ordinario se mantendrían ocultos.

Aparte de estos, la contaminación física es también uno de los elementos para menospreciar la presentación de la persona en sociedad. El uso de uniformes descuidados, la comida en mal estado, los baños o letrinas públicas, la suciedad de las habitaciones, las inspecciones médicas comunitarias y la propia violación, responden a este tipo de exhibiciones dispuestas institucionalmente.

A todo este conjunto de acciones, Erving Goffman las denomina: *mortificaciones sistemáticas del yo*, su objetivo es llevar al individuo a una serie de depresiones, degradaciones, humillaciones y profanaciones que desvían o ponen en duda la carrera desempeñada en la

⁵⁷ Erving Goffman. *Op. Cit., Internados*. p. 31.

vida cotidiana del interno, restándole estatus y prestigio como tomador de decisiones al eliminar en él ciertas oportunidades de comportamiento, mientras que le crean tensión ante el aislamiento y sometimiento al que se encuentra expuesto. “Aunque el interno puede retomar algunos roles si vuelve al mundo, no hay duda de que otras pérdidas son irrevocables y como tales pueden ser dolorosamente experimentadas.”⁵⁸

Esta tensión permanente, a la que está sujeto el individuo hace de la teatralidad una herramienta comunicacional dirigida a la búsqueda de la supervivencia y no al prestigio o al éxito social. Cuando la comunicación, el ocio y la confidencialidad son parte de la dinámica en las interacciones entre los internos, se puede mantener cierto grado de control sobre el sí mismo, lo que da pauta a representaciones que van más en un sentido personal y no sólo institucional.

En el siguiente apartado se retoma la obra del productor Roberto Benigni, *La Vida es Bella*, y se describe de manera sintetizada el proceso de comunicación evidenciando la habilidad actoral de los personajes principales para identificar y explicar las impresiones como una resulta de la interacción comunicativa. En esta producción se analiza la realidad en sí misma y como producto de la teatralidad, ya desde la intencionalidad, la creatividad y la emotividad de los personajes, así como del contexto sociocultural imperante.

⁵⁸ Erving Goffman. *Op. Cit., Internados*. p. 28.

III

EN EL ESCENARIO DE LA VIDA... Análisis de la película *La Vida es Bella* de Roberto Benigni

*Cualquier ser humano tiene el poder de alterar la realidad
sólo con utilizar la fuerza de su voluntad.*

SCHOPENHAUER

La realidad envuelve a la persona en su totalidad, pero es la persona quien selecciona qué realidad es la que desea vivir, la que quiere representar y a través de la cual quiere ser identificada por los demás. La realidad es entonces un escenario sobre el que el personaje viste cada nueva acción para ser más profundo y más preciso a favor de sus intereses. Y en la vida, esas acciones se miden en el sentido, no de las razones ni siquiera de las impresiones, sino de las cosas y de las personas que mueven y determinan lo valioso de la vida, a veces poder y dinero; otras amistad y amor.

En este capítulo se expone el análisis de la película italiana *La Vida es Bella*, dirigida e interpretada por Roberto Benigni⁵⁹. Este relato se desarrolla en la Italia Fascista y narra la historia de Guido Orefice, un joven judío que se traslada a las urbes de Arezzo para trabajar con su tío y establecer su propia librería. Allí conoce a Dora, la prometida de un funcionario nazi, con quien decide escapar para casarse y tener un hijo: Josué. A causa de su condición judía, la familia es deportada a un campo de concentración nazi en Auschwitz. A partir de ese momento la única preocupación de Guido será proteger la vida de su hijo y evitarle sufrir las consecuencias de la guerra, para lo cual, se valdrá de su imaginación y sensibilidad creativa.

El análisis de este capítulo se encuentra dividido en cuatro apartados. La primera parte, se refiere al contexto socio-histórico en el que transcurre la trama; la segunda, a las características expresivas y modos de acción de los personajes principales desde la noción goffmana de la fachada personal, clasificada en dos escenarios, antes de Auschwitz y ya en el campo de concentración, *institución total* que establece otras variables de análisis como la separación del interno de su vida cotidiana y la transformación de la apariencia física, por mencionar algunos. Posteriormente, se realiza el análisis del manejo de las impresiones desde dos perspectivas: el proceso de estigmatización (los antagonistas) y la creatividad actoral para salvaguardar la imagen (el protagonista). Finalmente, se ubican las acciones de los personajes principales para la consecución de metas específicas.

El propósito de este capítulo es identificar las acciones teatrales de Guido hacia su familia, principalmente hacia Josué, para evitar que éste haga consciente el proceso de estigmatización en el que se encontraban involucrados durante la guerra. Y de manera contraria, analizar la teatralidad como una forma de estigmatización de los cuerpos nazis hacia los judíos, especialmente hacia Guido. De manera que en cada caso, ya para los

⁵⁹ Roberto Benigni nació en 1952 en Arezzo, Italia. Su carrera como productor inició en el teatro luego, como guionista para televisión y finalmente, en el cine en donde ha destacado su trabajo como escritor e intérprete. Fue nombrado Doctor Honorífico de la Universidad Ben Gurion de Israel en 1999. El origen de uno de sus más afamados trabajos, *La Vida es Bella* (1997), parte de su experiencia personal, pues su padre pasó dos años en un Campo de Trabajo alemán tras ser capturado en Albania.

protagonistas o los antagonistas, se visualice el desarrollo de la teatralidad como una herramienta comunicacional para hacer más eficiente el logro de intereses, conforme a las expectativas de cada actor y a las determinantes contextuales imperantes.

La decisión de analizar el presente filme y no otro producto audiovisual, como un documental, vídeo casero o muestra de una cámara escondida, que por su naturaleza, pudieran considerarse ejemplares más objetivos para estudiar el comportamiento teatral durante la interacción comunicativa; se debe a las siguientes razones.

La *sobreactuación*⁶⁰ de los personajes inmiscuidos en la historia de esta película, permite el estudio del fenómeno comunicacional del actor social desde una perspectiva más global, que no sólo considera la observación e interpretación del investigador, sino que incluye información proveniente de la observación respecto del sí mismo de cada personaje, de las reacciones intencionales y emocionales de aquellos con quienes interactúan y de la postura personal de cada actor en relación con el contexto sociocultural, que a decir de otro producto audiovisual, hubiese sesgado y hasta imposibilitado el examen integrador de cada una de las variables antes mencionadas de forma tan precisa y asequible como se logra en el presente trabajo, dado que el entorno caracterizado refleja situaciones en las cuales los actores se ubican en escenarios tan complejos como el vivenciado durante la Segunda Guerra Mundial, el fascismo italiano y el nazismo alemán.

Un video que no hubiese estado *sobreactuado*, no hubiese ejemplificado en un solo producto los distintos elementos de la teatralidad en la comunicación humana, tales como: el *self*, la *fachada personal*, el manejo de las impresiones, el proceso de estigmatización y la *institución total*, por mencionar algunos; asimismo, no hubiese mostrado el trance entre una manera de ser y de actuar dentro de la cotidianidad y de un contexto diferente como el vivido al

⁶⁰ Entiéndase por sobreactuación la manera en que un individuo, más allá de representar al personaje idóneo que cumpla con sus propósitos en el desenvolvimiento de su cotidianidad, actúa con base en las especificaciones que un autor diferente a sí mismo ha preestablecido a través de un guión que determina las características de su personaje, de sus interacciones con otros actores y de su escenario.

interior de una *institución total*. Para ello, se hubieran requerido distintas grabaciones que mostrarán al personaje en diferentes espacios, tiempos y situaciones para verificar sus modos de actuar en cada momento. De igual manera, se hubiera necesitado de una entrevista a profundidad del personaje y de algunos de sus allegados (familiares, amigos y otros) para conocer la veracidad de su posición ante su contexto, lo cual hubiera requerido de un permiso del entrevistado, lo que hubiese dado lugar a la *sobreactuación* y como consecuencia, el sesgo continuaría presente.

A pesar de analizar una grabación que testificará sin *sobreactuación* la realidad de la persona en su entorno social, el sesgo en la reproducción de la presentación actoral de la misma estaría vigente, ya que la subjetividad del camarógrafo, del editor, del entrevistador y de otros individuos que estuvieran inmersos en la producción final del trabajo habría influido sobre la realidad mostrada y en consecuencia, sobre el estudio de las variables. Nótese que la inversión de recursos para realizar un producto de esta magnitud, no hubieran sido coherentes con los objetivos y las características de este trabajo, los cuales están pensados con base en los lineamientos teórico-metodológicos de un ensayo⁶¹.

Con base en estos argumentos, se reafirma que el propósito de esta investigación de ninguna manera es comprobar la veracidad en las actuaciones de los personajes evidenciados, sino simplemente identificar y ejemplificar la relevancia de la teatralidad como una herramienta comunicacional implicada en las interacciones sociales.

Otro de los puntos por los que se consideró el análisis de: *La Vida es Bella* es por su riqueza cinematográfica. El filme es uno de los más galardonados de su tiempo (1998), con más de 40 premios internacionales entre los que destacan: en Italia, por el Sindicato

⁶¹ De acuerdo con el Marco General para la Titulación en Estudios Profesionales de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México (2003): “el ensayo invoca el desarrollo de una idea central, con claridad y fluidez (...) A diferencia de una investigación, la calidad del ensayo radica en el texto como un todo, por lo que la evidencia y la construcción metodológica difiere con respecto a la tesis. El ensayo debe dar cuenta del punto de vista del sustentante, más que ofrecer una explicación de un fenómeno. El uso de evidencias empíricas no se descarta, aún y cuando lo que caracteriza al ensayo es la fortaleza, claridad y contundencia argumentativa.”

Internacional de Periodistas de Cine, premio por *Mejor Actor, Mejor Director, Mejor Historia Original y Mejor Guión* (1998); en Londres, *Premio del Cine Europeo* por mejor película (1998); en Francia, *Premio del Jurado en el Festival de Cannes* (1998), en Grecia, Polonia y Canadá, *Premio de Audiencia* (1998); nuevamente, en Francia, Alemania y Australia, *Premio por Mejor Película Extranjera* (1999); además, de las siete nominaciones al Óscar y las tres estatuillas obtenidas por *Mejor Película de Habla no Inglesa, Mejor Actor y Mejor Banda Sonora*.

Estos reconocimientos exponen la calidad de la obra, dirigida e interpretada por Roberto Benigni, uno de los actores italianos con más éxito cinematográfico por trabajos como: *La Voz de la Luna*, de Federico Fellini, *Bajo el Peso de la Ley* y *Noche en la Tierra*, ambas de Jim Jarmush o *El Hijo de la Pantera Rosa*, de Blake Edwards. Como director realizó su primer trabajo en *Tu mi Turbi* (1983), al que le siguieron *Soy un Pequeño Diablo*, *Johnny Palillo* y *El Monstruo*. Cabe resaltar la actuación de la esposa de Roberto Benigni, Nicoletta Braschi, quien ha sido reconocida como *Mejor Actriz* por películas como: *Mi Piace Lavorare* (2004) y *Ovosodo* (1998). Igualmente, hay que mencionar que el guión está basado en la obra: *Un Testimonio del Holocausto*, de Vincenzo Cerami: escritor italiano con más de tres décadas de trayectoria aplaudido por su labor en el mundo de las letras.

Aunque, innegablemente, existe un sesgo en el tratamiento del Holocausto Judío en esta obra fílmica como consecuencia de la falta de evidencias para argumentar las vivencias durante el nazismo, no sólo entre los judíos, sino por parte de la población alemana, se intenta reducir el sesgo aportando un preámbulo histórico sobre el desarrollo de la Segunda Guerra Mundial en la Italia y la Alemania de aquellos tiempos, así como algunos de los testimonios retomados de los sobrevivientes de este suceso en textos como los *Memoriales Históricas de los Campos de Concentración Nacionalsocialistas 1933-1945*, *Moral y Cotidianidad en los Campos de Concentración del Nazismo* por José Luis Anta, *Si esto es un Hombre* por Primo Levi y *Médico en Auschwitz* por Miklos Nyiszli.

Una vez justificada la selección del contenido para el análisis final de este trabajo, se procede a iniciar con una breve exposición del contexto sociohistórico en el que se desarrolla la actuación de los personajes de este film.

A Donde Fueres, Haz lo que vieres ***El Fascismo Italiano y el Predominio de la Ideología Nazi***

El ámbito social, que rodea a la persona durante sus interacciones con los demás, influye en la caracterización del personaje representado y determina la forma en que éste es percibido y tratado por los demás. De allí el interés por iniciar este análisis con una breve descripción sobre el contexto histórico y social tratado en este producto audiovisual.

La historia de esta película se desarrolla en la provincia de Arezzo en la Región Toscana de Italia entre el año de 1939 y 1945, período de la Segunda Guerra Mundial, originada entre otras, por la insatisfacción a las aspiraciones territoriales de países como Alemania e Italia convenidas en los tratados firmados por los países Aliados⁶² en la Conferencia de Paris, especialmente en el *Tratado de Versalles*⁶³ al final de la Gran Guerra. El sentimiento de menosprecio que trajo consigo esta decisión, sumado a la inestabilidad política, económica y social que dejó consigo el combate bélico, abrió el sendero a ideologías totalitarias como el nazismo alemán y el fascismo italiano.

El fascismo italiano inició con la llegada de Benito Mussolini al poder y la instauración del Partido Nacional Fascista (1921), ideología que se caracterizó por el uso exacerbado de la violencia para imponer el orden, evitar los grupos de oposición y sumar adeptos al régimen. En un principio, el antisemitismo no formaba parte de las políticas fascistas, pero

⁶² Durante la Segunda Guerra Mundial las principales beligerantes fueron, por un lado, Alemania, Italia y Japón, llamadas las potencias del Eje, y del otro lado, las potencias Aliadas: Francia, el Reino Unido, los Estados Unidos, la Unión Soviética y, en menor medida, China.

⁶³ El Tratado de Versalles, a pesar de las cuantiosas pérdidas humanas que ascendieron a 460.000 vidas humanas en la intervención italiana, prohibió la asignación de la región de Fiume a Italia. En el caso de Alemania, perdió todas sus colonias, se le responsabilizó de haber causado la guerra, de los daños ocasionados por la misma y se le obligó a pagar a los países vencedores reparaciones e indemnizaciones de guerra; asimismo, el Ejército Alemán fue confiscado y enviado a la base británica *Scapa Flow*.

la alianza que instauró Italia con Alemania durante la Segunda Guerra Mundial, conocida como el Eje Roma-Berlín, la obligó a asumir compromisos con la ideología nazi promovida por Hitler y el Partido Nacional Socialista de los Trabajadores Alemanes.

Las primeras estrategias llevadas a cabo por el gobierno italiano para armonizar la relación con el Tercer Reich, admitieron la difusión de ideas en oposición al judaísmo a través de la prensa, principalmente del *Corriere Della Sera*, periódico italiano de mayor importancia en Milán, y de otros medios propagandísticos como el cine y la radio. Las ideas publicadas fueron acogidas por la ciudadanía con prontitud, en buena medida por la poca representatividad judía, que entonces sólo sumaba 0.1% del total de la población italiana, así como por el miedo difundido a través de actos públicos de violencia ejecutados por los fascistas en contra de sus opositores.

En septiembre de 1938, el gobierno italiano se comprometió a promulgar una legislación antisemita similar a la propuesta en *Las Leyes de Nuremberg*⁶⁴ en Alemania. Fue así como surgieron *Las Leyes de Defensa de la Raza Italiana*, legislación que justificó la carencia de derechos civiles entre la población judía. Por su parte, el Ministerio del Interior Italiano ordenó el establecimiento de 43 campos de detención donde fueron encarcelados los judíos extranjeros que vivían en el país, junto con opositores al gobierno fascista.

En el filme, se pueden observar algunas de las acciones consecuentes al antisemitismo promulgado por Mussolini por las proclamas racistas que prohibían la entrada de judíos a lugares públicos, que comparaban su existencia con la de algunos animales y los diferenciaban del resto de la sociedad por considerarlos inferiores y peligrosos; por ejemplo, en la escena donde el caballo del tío de Guido aparece pintado de verde, con dibujos de cráneos y letras que resaltan: “Atención, caballo judío”, o aquella en la que uno

⁶⁴ Las *Leyes de Nuremberg* en Alemania estaban conformadas por dos estatutos, el primero conocido como la Ley de Ciudadanía del Reich, que prohibía la ciudadanía alemana entre los judíos; la segunda, denominada la Ley para la Salvaguarda de la Sangre y el Honor Alemán, misma que impedía los casamientos y las relaciones extramatrimoniales entre alemanes y judíos, el empleo de mucamas alemanas menores de 45 años en hogares judíos y el uso de la bandera alemana y sus colores por parte de los judíos.

de los negocios del vecindario exhibe un letrero que resalta: “En este negocio se prohíbe la entrada a hebreos y perros”. También, en las ideas racistas difundidas en el ámbito académico, como en el caso de la conversación de la Directora de un Colegio con un funcionario nazi:

Directora: En el tercer grado, fíjese qué problema les pusieron: <<un demente cuesta al estado 4 marcos diarios, un mutilado: 4 marcos y medio; un epiléptico: 3 marcos y medio. La cuota promedio es de 4 marcos diarios. Imagínese que los pacientes son 300.000 ¿cuánto se ahorrará el Estado si estos individuos fueran eliminados?>> (...) No es posible que un niño de siete años resuelva este problema. Se requieren unas nociones mínimas de álgebra. (...) En Alemania, lo resuelven niños de 7 años. Verdaderamente son otra raza.⁶⁵

Este tipo de pensamientos, rápidamente invadieron a gran parte de la población de aquel tiempo, lo que facilitó la aceptación de actos de odio, menosprecio y violencia hacia los judíos. En otros casos, el miedo evitó la confrontación a las autoridades de este régimen.

Durante el verano de 1943, las fuerzas armadas de Italia convinieron la paz con los países Aliados quienes conquistaron Sicilia y encarcelaron a Mussolini. Esta decisión permitió la liberación de judíos al sur de la península y las islas aledañas. No obstante, el gobierno alemán revocó la rendición, liberó a Mussolini e invadió Roma. Las fuerzas Aliadas siguieron avanzando y Hitler, al prever su derrota, decretó *La Solución Final*. A través de la WVHA (Oficina Central de Administración Económica de los Escuadrones de Seguridad) ordenó la deportación de los judíos italianos a campos de concentración. Estos campos funcionaban como centros para realizar trabajos forzados, fundamentalmente para la fabricación de armas, así como prisiones de guerra y zonas de exterminio.

Durante este período, judíos del norte de Italia, entre ellos Guido y su familia, fueron enviados a campos al sur de Alemania y Austria, respectivamente. Desde mediados de septiembre de 1943 y hasta abril de 1945, los alemanes se dedicaron a capturar judíos

⁶⁵ Roberto Benigni. *La Vida es Bella*. Escena: “A Wedding Announcement” {40:00}

italianos. Algunos lograron escapar por la frontera Suiza, sin embargo, la mayoría murieron.

A mediados de enero de 1945, cuando las fuerzas soviéticas se aproximaban al complejo del campo, los escuadrones nazis de seguridad comenzaron la evacuación del complejo de Auschwitz hacia el Oeste de Alemania. Las condiciones meteorológicas, el hambre, la fatiga y las enfermedades, impidieron que alrededor de 15,000 presos pudieran continuar. El 27 de enero de 1945, las tropas soviéticas entraron en Auschwitz y liberaron a los más de 7,000 presos restantes, la mayoría de los cuales estaba a las puertas de la muerte.

Tras la Fachada, algo más Yace Oculto

Las personas en sociedad orientan su comportamiento según los intereses que en ellas yacen y al mismo tiempo, por las expectativas de su público. En tanto, los individuos se convierten en actores, pues se caracterizan a sí mismos por las máscaras que portan, misma que ostenta elementos del contexto y al mismo tiempo, constituyen un referente de su personalidad, del rol que desempeñan, de su apariencia y modales. El siguiente apartado describe a los personajes, ya como protagonistas o antagonistas, a través de los medios expresivos y modos de actuar de los que se envisten para representar la interacción. Dos son los escenarios que destacan: la realidad antes de Auschwitz y la realidad en el Campo de Concentración. Esta clasificación, a razón de la radical transformación que representa en los protagonistas la situación fomentada por cada escenario.

La Realidad antes de Auschwitz

Guido Orefice es un hombre judío de, aproximadamente, 35 años de edad y vive en Arezzo, Italia. Trabaja como camarero del Grand Hotel junto con su tío, quien le enseña algunos de los principios de este oficio. Por estos tiempos, Guido conoce a Dora, prometida de un funcionario nazi y maestra en uno de los colegios de las urbes italianas. Guido se enamora de Dora y decide escapar con ella. Se casan y tienen un hijo: Josué.

Cuando se casa con Dora, Guido desempeña nuevos roles, el de esposo y padre. Deja de trabajar como camarero para ocuparse junto con su familia de una pequeña librería. Generalmente, viste de traje y sombrero oscuro, lo cual evidencia su pulcritud para presentarse ante los clientes de su librería. Sobre las capacidades de Guido, podría decirse que es un hombre ágil y creativo. Algunos ejemplos, se evidencian en su afición para descifrar e inventar acertijos, en los juegos con su hijo, sus peripecias para enamorar a Dora y evitar que Josué perciba el racismo hacia los judíos:

Josué: ¿Por qué los judíos y los perros no pueden entrar a este negocio, papá?

Guido: Porque los judíos y los perros no les gustan, Josué, cada uno hace lo que quiere.

Josué: Pero nosotros dejamos entrar a todos en la librería.

Guido: ¡Mañana mismo también pondremos un cartel! ¡A ver, dime algo que te cae mal!

Josué: ¿A mí?...las arañas ¿y a tí?

Guido: Los visigodos. A partir de mañana pondremos un cartel que diga ¡prohibida la entrada a esta librería a las arañas y a los visigodos! Listo.⁶⁶

Guido es una persona bromista y creativa, lo cual muestra su capacidad de construir realidades alternas para lograr sus propósitos. Estas características se ponen de manifiesto en los chascarrillos que hace con su amigo Ferruccio sobre la obra de Schopenhauer o con su tío cuando olvida la receta para preparar la langosta. Asimismo, es un hombre preocupado por mantener el ánimo de los demás, inquietud que se observa en la conversación con su tío cuando pintan a su caballo:

⁶⁶ Roberto Benigni. *La Vida es Bella*. Escena: "Two Became Three" {50:19}

Guido: ¿Qué espectáculo? ¿Qué le escribieron? “*Atención, caballo judío*”

Tío: Los vándalos de siempre. Es triste. Qué estupidez. “*Caballo judío*”.

Guido: No te alteres, lo hicieron como una broma.

Tío: No, no fue una broma, fue con mala intención. Tendrás que acostumbrarte. Pronto empezarán contigo también.

Guido: ¿Conmigo? ¿Qué podría llegar a pasarme? Lo peor sería desvestirme, pintarme de amarillo y escribir: “*Atención, camarero hebreo*” (sonríe, mientras su tío lo observa preocupado) ¡Ni sabía que ese caballo era judío! Vamos, lo limpiaré por la mañana.⁶⁷

En sus relaciones con los demás, se habla de una persona familiar, amigable y cordial. Hay que señalar que “la proximidad es mucho mayor entre personas del mismo rango social o entre aquellos que, a pesar de la diferencia de estatus, mantienen una actitud de colaboración o de amistad”⁶⁸ En el ámbito familiar se perciben actitudes de proximidad hacia su tío, esposa e hijo, ya que además de vivir en la misma casa, Guido recoge a Dora para llevarla a la escuela y ella, pasa a visitarlo después del colegio. Conviven a la hora de la cena y en la organización del hogar. Mantiene una relación de amistad con Ferruccio, quien es poeta y tapicero y, con el Dr. Lessinger, médico de las fuerzas alemanas. Su cordialidad es visible, pues saluda con entusiasmo a sus clientes y a los señores de la prefectura que llegan a la librería, a pesar de su grosera actitud.

En términos ordinarios, Guido mantiene *posiciones abiertas* hacia los demás, las cuales se manifiestan “a través de la inclinación del cuerpo hacia delante, la orientación directa sobre el otro sujeto, la apertura de las extremidades, reducir la distancia y mejorar la comunicación visual con otros individuos.”⁶⁹ Tal es el caso, de las ocasiones en las que sorprende a Dora saltando frente a ella con los brazos extendidos o cuando mantiene la mirada fija mientras la observa durante la ópera. Otras posiciones abiertas se evidencian en su sonrisa, caminar erguido y en su tono de voz firme y con volumen alto. Estas expresiones connotan actitudes de bienestar, intimidad, alegría y seguridad (imagen 1).

⁶⁷ Roberto Benigni. *La Vida es Bella*. Escena: “The Jewish Horse” {37:10}

⁶⁸ Nicola Squicciarino. *El Vestido Habla: Consideraciones Psico-sociológicas sobre la Indumentaria*, p. 31.

⁶⁹ *Ibidem.*, p. 32.

Por su parte, Josué es un pequeño de cinco años de edad, hijo de Guido y Dora. Por las mañanas, antes de asistir al colegio, acompaña a su papá en la librería. En ocasiones, cuando él tiene que salir, se hace cargo de los clientes que llegan al negocio. Asimismo, es un niño testarudo, sobre todo cuando se trata de bañarse. Sin embargo, se le percibe limpio, vestido con una boina y pantalones cortos. Le gustan los viajes en bicicleta hacia la librería, sorprender a su mamá con saludos que simulan a los de su padre y jugar con un pequeño tanque de madera, su juguete predilecto.



Imagen 1:

Fotografía retomada del filme *La Vida es Bella* de Roberto Benigni. Escena: “Two Became Three” {49:34} para ejemplificar posiciones corporales abiertas de Guido hacia su familia.

Josué es un chico atento, perceptivo e inteligente. Estas características se exhiben cuando después de que llegan los prefectos para llevarse a su padre de la librería, se asoma pensativo a despedirlo. Otro ejemplo, es cuando le dice a su abuela que olvida su cambio o en el momento en que Dora le explica a su madre que tiene más de un año que su hijo sabe leer y escribir.⁷⁰ Al igual que Guido, Josué mantiene posiciones corporales abiertas. Ejemplo de ello es la forma en que saluda a su madre. Cabe mencionar, que mantienen relaciones de proximidad con su familia, sobre todo con su padre, con quien disfruta la complicidad de las bromas y los juegos (imagen 2).

⁷⁰ Roberto Benigni. *La Vida es Bella*. Escena: “The Birthday Party” {55:36}

Finalmente, hay que indicar, que las preocupaciones de Guido son mínimas, ya que mantiene una feliz relación con sus allegados. Sin embargo, la negación del contrato de arrendamiento de la librería, el hostigamiento cada vez mayor de las autoridades y vecinos por su condición judía y la posibilidad de que él y su hijo sean enviados a un campo de concentración, van mermando su ánimo. Esta situación se ve al límite cuando es enviado junto con su familia a Auschwitz.



Imagen 2:

Fotografía retomada del filme *La Vida es Bella* de Roberto Benigni. Escena: “The Birthday Party” {55:34}, para ejemplificar posiciones corporales abiertas de Josué hacia sus padres.

Hasta ese momento, la presencia actoral de los personajes antagonistas es mínima y principalmente, están representados por aquellas personas simpatizantes con la ideología nazi como: Rodolfo, funcionario del gobierno de Mussolini, la directora del colegio donde trabaja Dora, los prefectos y los soldados alemanes. En su apariencia, los antagonistas visten formalmente, de traje o uniforme los hombres y de vestido las mujeres; suelen acompañar con insignias y joyas su vestuario. De alguna forma, este tipo de ornatos determinan su supremacía social y poder económico frente al resto de la población, sobre todo ante los judíos (imagen 3).

Los modos de actuar de los antagonistas presentan actitudes de superioridad hacia las demás personas. Tal es el caso de la escena donde Guido le pide a un funcionario le haga favor de firmar algunos documentos a fin de hacer suya la librería donde trabaja. El funcionario no responde a su petición, evita mirarlo y dirige su caminar en oposición a él.



Imagen 3:

Fotografía retomada del filme *La Vida es Bella* de Roberto Benigni. Escena: “A Great escape” {10:39} para ejemplificar posiciones corporales cerradas hacia los judíos.

“Evitar la mirada o hacerlo en forma despectiva o violenta, así como señalar son actitudes corporales que habitualmente acompañan a emociones negativas como la turbación,”⁷¹ que causa en los nazis la presencia de los judíos y de otros actores que consideran de menor rango biológico, social e ideológico. Estas actitudes negativas hacia los judíos se exceden cuando, en un inicio, deciden enviarlos a campos de concentración para destruirlos moralmente y luego, cuando aceptan su exterminio.

De la Realidad en Auschwitz a la Estigmatización del Judío

Los principios de la ideología nazi figuran en la obra prima de Adolfo Hitler: *Mein Kampf*, escrita en 1924. En ella se insta la determinación biológica como un factor decisivo para identificar en el hombre ario el concepto de supremacía y en la comunidad judía el opuesto a este término. Asimismo, el retroceso cultural del pueblo judío se explica como la principal causa de su inferioridad y como consecuencia directa de su relación con: 1) escándalos e infamia dentro de la vida cultural europea por la falta de objetividad en sus críticas dirigidas a artistas alemanes a través de la prensa; 2) la prostitución y trata de blancas, especialmente en Viena; 3) las prácticas desalmadas y vergonzosas en el área

⁷¹ Nicola Squicciarino. *Op. Cit.*, p. 27.

comercial; 4) el favoritismo por la ideología socialdemócrata y, 4) su preferencia por la masa numérica y no por el mérito individual.

Cuando Hitler reflexionó sobre estas ideas, extintas de rigurosidad científica, supuso que la existencia del judío ponía en peligro la subsistencia del hombre alemán y su capacidad física e intelectual, al respecto afirmó: “creo ahora actuar conforme la voluntad del supremo creador, al defenderme del judío lucho por la obra del señor.”⁷² La propaganda constituyó una de las primeras fuentes en detrimento de la identidad de los judíos ante la sociedad, que terminó por consolidarse con su arresto y envió a campos de concentración y exterminio.

En la película *La Vida es Bella*, la designación de valores negativos para caracterizar públicamente al judío como inferior, diferente y vil; así como su diferenciación y aislamiento del resto de la sociedad a través de la creación de organismos que justificaban el trato violento y denigrante al que eran expuestos, constituyen algunos de los elementos clave del proceso de estigmatización, definido como un instrumento comunicacional para desprestigiar la imagen de determinados actores a través del control de las impresiones entre quienes los percibían. Las llamadas *instituciones totales* refieren uno de los conceptos básicos del proceso de estigmatización, que comprende aquellas instancias físicas que por sus condiciones proveen la destrucción continua de los valores, identidad y subjetividad de los individuos en ellas inmersas.

El Campo de Concentración de Auschwitz funcionó como *institución total*, puesto que sus características físicas obstaculizaron la interacción de los judíos con el mundo exterior. Este campo de exterminio comprendía un territorio de 40 Km. cuadrados, rodeados de dos alambradas de espino con corriente de alta tensión y torres de vigilancia que cercaban la totalidad de la superficie evitando la salida del recinto entre los presos (imagen 4). Los soldados alemanes que custodiaban la zona estaban acreditados para matar a cualquier

⁷² Adolfo Hitler. *Mi Lucha*, p. 25.

individuo que intentase escapar o aquel, que desde afuera, se acercara al lugar sin previa autorización.



Imagen 4:

Fotografía retomada de “Los Viajes de David Guerrero” para ejemplificar el concepto de institución total a propósito de los límites físicos del Campo de Concentración en Auschwitz.

Esta situación imposibilitó el contacto de los internos con información exterior sobre el estado de sus familiares y propiedades, el avance de la guerra y los convenios generados con otras naciones para su liberación. Para la mayoría de los internos la única fuente de información fueron los rumores entre soldados y los comentarios de las personas que ingresaban al campo. Dicho estado de distanciamiento con el mundo exterior generó confusión, miedo, facilitó la imposición de nuevas formas de acción, así como la supremacía del personal a cargo del Campo de Concentración, representado por los S.S.

La interacción suscitada entre los S.S. (escuadrones de seguridad nazis) y los internos, representa una actuación *cínica*, pues los primeros se muestran desinteresados en las expectativas e intereses de los judíos al gozar mintiendo y trasgrediendo su participación en la interacción. Como se verá más adelante, la situación de los internos fue bastante precaria; para empezar, ninguno de los presos llegó al campo de concentración por gusto o interés propio, sino que fueron obligados, bajo pena de muerte, a trasladarse hasta allí. Las condiciones del campo de Auschwitz eran funestas en cuanto a instalaciones, alimentación y vestido, normas y jerarquías, división del trabajo, recompensas y castigos, lo que determinó la violación de la individualidad de cada personaje durante la interacción.

La función de los S.S. era salvaguardar el honor de la ideología nazi, al respecto, sus tareas fueron encargarse de mantener la organización y el control de los judíos a través de la violencia y el miedo explícito en todas sus acciones y, por otro lado, el ocuparse de su envío a salas de gaseado en caso de desobediencia, incapacidad para el trabajo u oposición a los mandatos del Führer. Las normas, jerarquías y funciones designadas por los nazis rompían con el marco de acción al que los judíos estaban acostumbrados en sus vidas cotidianas, antes de que fueran tomados presos.

Una vez que los convoys llegaban a este sitio, los rehenes eran divididos en dos filas, los de la derecha, generalmente hombres robustos y mujeres en buenas condiciones de salud, eran enviados a trabajar. A la izquierda, ancianos y discapacitados, eran remitidos a cámaras de gas. Asimismo, los presos eran despojados de su rol. Guido dejó su labor en la librería y Dora como maestra para convertirse en presos y desempeñar trabajos forzosos. A pesar de las condiciones funestas en que vivían, Guido mantuvo secretamente su rol como padre y este vínculo le sirvió para reforzar la confianza en su hijo a pesar de la evidencia de la violencia bélica.

El comportamiento de los escuadrones de seguridad hacia los judíos, también se caracterizó por presentar redes de comunicación horizontales, escasa proximidad física y gestos de repulsión y violencia hacia su condición. Generalmente el rechazo al contacto físico connota superioridad jerárquica y la indumentaria refuerza esta distinción de estatus social y de desapego formal. Al respecto, los escuadrones de seguridad visten con gorra y uniforme gris verdoso, con el escudo de los S.S. bordado al lado derecho del cuello y al izquierdo su jerarquía. En la manga izquierda llevan bordada un águila en color plateado, condecoración de fidelidad al servicio del estado alemán y de su pecho cuelgan medallas que representan sus méritos en el ejército, entre ellos la Cruz de Hierro mayor honor a la que podía acceder un soldado nazi. Asimismo, se hacían acompañar de su respectivo armamento, lo que evidenciaba su superioridad ante los internos.

Por su parte, los presos eran estigmatizados con el uso obligatorio de uniformes en condiciones deplorables, ya que “la vestimenta era insuficiente (...) No había donde asearse ni jabón para mantener limpia la ropa. Y la vestimenta distribuida provenía de los gaseados en Birkenau.”⁷³ El uso de estas ropas, les hacía perceptibles a los demás como sucios, malolientes y deplorables, en oposición con las relucientes apariencias de los S.S.

Al mal aspecto, se suman las marcas físicas por cicatrices, resultado de los azotes a los que eran sometidos, las señales corporales por la mala alimentación, el estrés y la falta de sueño, así como las barbas y los cabellos dejados. También se les despojó de aquellos instrumentos para cuidar y controlar su apariencia, tales como peines, elementos de higiene personal, lociones y cosméticos. Estos mecanismos referían algunas de las acciones para doblegar a todos los presos a una misma apariencia, a un mismo comportamiento y actitud frente a la autoridad.

La suspensión de la idea de individualidad no sólo se ejemplificó a través de la obligatoriedad del uso del uniforme rayado en azul oscuro y blanco, sino por el tatuaje de un código numérico para identificar a los presos o en otras ocasiones, la utilización del apodo “zángano”, en reemplazo del nombre propio, lo cual le restaba mismidad a su existencia como rango de identificación social. Esta transferencia de la personalidad por la otredad, también se evidenció en la negativa de los S.S. de permitirles guardar recuerdos como fotografías, cartas u otros documentos que mantuvieran un vínculo con su pasado.

La contaminación física fue otro modo de estigmatización, que se reflejó en los alimentos en descomposición que los presos eran obligados a comer y en las pésimas instalaciones de los servicios sanitarios. La falta de intimidad de los internos era exhibida con la

⁷³ Testimonio de Noack Treister, preso en Auschwitz.
<http://www.memoriales.net/topographie/polonia/auschwitz.htm> (8/03/2008)

finalidad de evidenciar su preferencia religiosa, ideológica y sexual, así como sus modales y vicios, lo que mostró una negativa en el manejo de las impresiones frente a los judíos.

Una de las formas fue a través de los exámenes médicos y las inspecciones de los escuadrones de seguridad que a menudo exhibían físicamente al interno, así como de las costuras añadidas al uniforme. Por ejemplo, los judíos portaban la estrella de David bordada en color amarillo, un triángulo en color rojo para los presos políticos, rosa para los homosexuales y negro para los inadaptados sociales: drogadictos, vagos, prostitutas, entre otros (imagen 5).



Imagen 5:

Fotografía retomada del filme *La Vida es Bella* de Roberto Benigni. Escena: “The Doctor” {01:18:40} para ejemplificar las acciones estigmatizantes hacia los judíos.

Entre los mismos compañeros, se veían con miedo y cierta indiferencia, ya que si los S.S. los descubrían conversando, eran golpeados o acribillados. A pesar de estas condiciones, Guido estableció buenas relaciones con algunos de sus compañeros de habitación, esta característica determinó, que pese a la situación de crisis en que se encontraba el personaje, mantuviera una conducta amigable y condescendiente hacia los demás, en especial hacia su hijo, con quien compartía el espacio para dormir y el escaso alimento que recibía. También, conservaba relaciones de proximidad con su esposa, no obstante la difícil situación. Como ejemplo está la escena donde él y su hijo saludan a Dora por el altavoz o cuando saca la bocina del tocadiscos para poner música de la *Barcarola*, la favorita de su esposa.⁷⁴

⁷⁴ Roberto Benigni. *La Vida es Bella*. Escena: “The Showers” {01:18:50}

Con sus compañeros e hijo estableció posiciones abiertas, al sonreír, mirar fijamente y orientar el cuerpo hacia aquellos con quienes conversaba. Ejemplos de estos elementos se muestran cuando carga a su hijo para subirlo al tranvía, en el momento que le pide que guarde absoluto silencio frente a los niños alemanes mientras lo toma de los hombros o cuando camina simulando ser un soldado antes que lo acribillen. Dichas acciones evidencian esperanza, confianza e intimidad (imagen 6).



Imagen 6:

Fotografía retomada del filme *La Vida es Bella* de Roberto Benigni. Escena: “The First Day” {01:11:00} para ejemplificar las acciones protectivas ante el proceso de estigmatización.

Sin embargo, se identifican posiciones cerradas en sus interacciones con los soldados alemanes. “Las actitudes cerradas, se sirven de posiciones como la obstrucción de las extremidades, cabeza agachada, piernas encogidas, muecas de tristeza y en general, esquema corporal con tendencia a inscribirse en un círculo <<a la defensiva>>.”⁷⁵ Estas actitudes connotan angustia, miedo y humillación. Uno de los ejemplos de dichos comportamientos no verbales, se presenta en su esfuerzo por cargar una pila de plomo para fabricar armas o en su desesperación cuando busca a su hijo luego de llegar al dormitorio, mientras éste se esconde bajo la cama (imagen 7).

⁷⁵ Juan Cervera. *La Dramatización en la Escuela*, p. 94.

**Imagen 7:**

Fotografía retomada del filme *La Vida es Bella* de Roberto Benigni. Escena: “The First Day” {01:09:50} para ejemplificar las acciones estigmatizantes hacia los judíos.

Los castigos inflingidos a los internos no tenían ningún sustento ni argumento legal, mientras que los privilegios sólo equivalían a la ausencia de privaciones, la más significativa: el derecho a una vida digna, los castigos iban más allá de cualquier forma de contrato social. Este tipo de sometimientos quedaron referidos en algunos testimonios descritos por judíos de Auschwitz: “Los S.S. aprovechaban las faltas más insignificantes para aplicar castigos: tener las manos en los bolsillos cuando hacía frío, (...) la sombra de un balanceo, tos o estornudo podía provocar un salvaje estallido.”⁷⁶

Todas estas acciones tenían el objetivo de infligir miedo entre los internos para evitar cualquier desorden o levantamiento grupal. Una de las manifestaciones más claras, era la obligatoriedad para realizar trabajos forzados y en casos de fatiga, enfermedad, vejez o algún otro impedimento para desempeñar estas labores, castigar con la muerte. El diálogo de Guido con Vittorino, mientras carga una pila de plomo, evidencia la situación:

Guido: ¡Estos tipos están locos! ¡Esto debe pesar 100 kilos! ¡Debe estar a 300° aquí! ¡Ya no soporto más!

Vittorino: Después del primero te acostumbrarás

Guido: ¿Por qué? ¿Hay que mover más?

Vittorino: Sí, hasta en la noche

Guido: ¡Nos vamos a morir aquí! No lo soporto más voy a dejar esto aquí (refiriéndose a dejar la pila de plomo en el suelo)

Vittorino: ¡Te matarán!⁷⁷

⁷⁶ Erving Goffman. *Op. Cit.*, *La presentación...* p. 34.

⁷⁷ Roberto Benigni. *La Vida es Bella*. Escena: “The First Day” {01:09:33}

Como se ha explicado a lo largo del capítulo, el proceso de estigmatización fue un recurso utilizado recurrentemente por los nazis para desprestigiar a los judíos entre ellos mismos, frente a los S.S. y ante la sociedad, bajo el concepto de impresión, pues ninguna de sus acciones tuvo una justificación legal, moral o científica. Las impresiones difundidas en torno a ellos los categorizaban como seres inferiores intelectual y culturalmente. La transformación de su apariencia física y comportamiento, estableció uno de los primeros eslabones de este fenómeno. La estigmatización a la que quedó sujeto Guido, transformó su realidad en una nueva, que subrayó en él aquellos aspectos que lo denigraban y que evitaron que pusiera en marcha cualquier práctica protectora para salvaguardar su imagen durante la interacción.

En el caso de Guido, estas acciones poco a poco fueron mermando su concepto de mismidad, pues el control de su personalidad conforme a objetivos específicos no dependía ya de él, sino de la otredad. La situación estigmatizante a la que fue referido, no rompió absolutamente con su sentido de individualidad y de pertenencia, ya que secretamente le quedó su hijo. Proteger la vida e inocencia de Josué dependió de él y, en ese sentido, proteger su imagen personal y la del escenario, estribó en su creatividad actoral para hacer que la percepción de Josué sobre la guerra pareciera un simple juego.

***Ojos que no ven Realidad,
Corazón que se Deja Impresionar***

Los procedimientos destructivos para romper la subjetividad e individualidad de Guido, no lograron consolidarse, pues la presencia de Josué impidió la gestación del proceso de estigmatización de este personaje en su totalidad, ya que esta relación representó un vínculo con su cotidianidad, un apoyo y un referente con el mundo exterior, lo que le permitió conservar ciertos rasgos de identidad, como su rol de padre y su sentimiento protector hacia Josué; es decir, cambió el entorno, pero el entorno no los cambió a ellos.

En la realidad del Campo, donde el objetivo de los actores a cargo era influir miedo entre los internos, Guido encontró a un personaje confiable, Josué, con quien pudo establecer una interacción *sincera*, pues ambos participantes se interesaban por las necesidades y expectativas del otro. La capacidad de Guido para reprimir y ocultar la tendencia estigmatizante de las actuaciones de los S.S. y las condiciones del campo de concentración en su personificación, se logró, en buena medida, gracias a su interés por evitar que su hijo sufriera la angustia del enfrentamiento bélico, para lo cual se valió de diversas acciones protectivas, a las cuales se sumó la poca normatividad del campo para controlar a los niños en lo referente al uso del uniforme y a la realización de trabajos forzados.

Las prácticas protectivas representaron una de las herramientas utilizadas por el protagonista para conservar ante la percepción de Josué, un escenario de singular familiaridad. Una de las prácticas creativas para proteger las impresiones que Josué se iba creando del campo de concentración, fue hacerle ver este escenario, no como una institución que destruía, sino como un simple juego. Al respecto, cuando llegaron los S.S. para explicar las reglas de Auschwitz a los recién llegados, Guido fingió el rol de traductor y ante la percepción de Josué, le dio un nuevo significado al discurso.

S.S.: ¿Jemand deutsche Rede?

Guido: ¿Qué dijo?

Bartolomeo: Preguntó si alguien habla alemán. Va a dar las reglas del Campo. (Guido levanta la mano)

Bartolomeo: ¿Hablas alemán?

Guido: No –responde- al mismo tiempo que se acerca pensativo hacia el soldado. (Mientras el S.S. da las reglas del Campo de Concentración en alemán, Guido traduce el discurso como las reglas de un juego) Estas son las reglas del campo. El primero que hace mil puntos gana ¡El premio es un tanque de guerra! Cada día anunciaremos quien va adelante por ese altavoz, el de menos puntos llevará un cartel que dirá “burro” en la espalda. Nosotros hacemos la parte de los malos que gritan. Si te asustas pierdes puntos. Se pierden los puntos por tres motivos: 1) si empiezas a llorar, 2) si quieren ver a su mamá, 3) si tienen hambre y quieren la merienda. ¡Olvídenlo! Es fácil perder puntos por hambre. Ayer mismo perdí 40 puntos, porque quise comer un pan con mermelada de fresa. No pidan caramelos, no recibirán ninguno. Nos comemos todos nosotros. Yo me comí 20 ayer. ¡Qué dolor de estómago, pero que sabrosos! Lamento irme tan rápido pero juego a las escondidas. Debo irme ahora o me encontrarán.⁷⁸

⁷⁸ Roberto Benigni. *La Vida es Bella*. Escena: “Learning the Rules” {01:01:00}

Desde ese momento Josué comienza a percibir toda acción estigmatizante como los gritos, los malos tratos, la falta de alimento, el alejamiento de su familia, entre otros, como parte de los obstáculos de un juego que tiene que ganar, para obtener el gran premio: un tanque de guerra real. Esta forma de interpretar la realidad rompe completamente con el proceso de estigmatización acordado por los S.S.

Otra forma de salvaguardar la interacción a través de la implementación de prácticas protectivas, es mediante un acuerdo tácito que el personaje mantuvo con algunos actores del público a fin de reprimir la realidad vivenciada en el campo de concentración. Uno de estos actores lo representó el tío, quien apoyó la historia de Guido de que la ida al campo de concentración, en realidad era la inscripción a un concurso como regalo por su cumpleaños. Otro de los actores que protege la interacción es Bartolomeo. Como ejemplo se muestra la escena donde Guido le pregunta si ya ha pasado el hombre que sirve la merienda a lo cual, éste responde de manera afirmativa, a sabiendas de que todo es un engaño. Asimismo, cuando a su regreso al dormitorio Guido le cuestiona: “-Bartolomeo, ¿cómo te fue? Y él responde –un poco peor, sólo hice 20 puntos.”⁷⁹

De manera indirecta, el Dr. Lessing, también colaboró para proteger la representación de Guido, al permitirle servir como camarero a los nazis, rol que dificultó el desarrollo del proceso de estigmatización hacia su persona y permitió que Josué tuviera una mejor alimentación y un espacio para convivir con otros niños del lugar.

Por su parte, los personajes que irrumpen en la escena y desarrollan un papel destructor, desacreditando y destruyendo la actuación de Guido, además de los soldados nazis, estuvieron identificados por los niños alemanes, quienes le dicen a Josué desconocer el juego del que habla su padre:

⁷⁹ Roberto Benigni. *La Vida es Bella*. Escena: “The Showers” {01:09:40}

Guido: ¿Jugaste con los otros chicos?

Josué: Sí, pero no conocen las reglas. Dijeron que no es verdad que el primer premio es un tanque. No saben nada sobre los puntos

Guido: ¿Les creíste? Son taimados como zorros. Quieren ganarte ¿Bromeas?... ¿No hay tanque? (Se ríe) ¡No les creas!⁸⁰

Otro de los actores que arruina la escena fomentada por Guido, es el hombre que Josué observa llorando mientras dice: “hacen botones y jabón con nosotros y luego, nos quemamos en el horno.”⁸¹ Cabe resaltar, que los actores que cuestionan la presentación de Guido tienen poca relevancia en la interacción, ya que para Josué no representan sujetos de confianza u apoyo moral en comparación con su padre. Por esta razón, Guido tiene más herramientas para llamar la atención de Josué, pues representa para él un referente de compromiso y adhesión mayor, a tal grado que penetra en su construcción del sí mismo y en la interpretación de su entorno.

Ante toda actuación destructiva existen prácticas defensivas. Las prácticas defensivas exteriorizadas fueron, por un lado, hacerle ver a Josué la trágica escena como una broma y, por el otro, recordarle que están muy cerca de ganar el gran premio. Algunas de las prácticas personificadas por Guido para desvanecer la relevancia de esta escena en la percepción de Josué es, primeramente decirle que los niños no quieren hablarle sobre las reglas del juego, ya que no quieren tener un nuevo competidor, que posiblemente pueda ganarles. La segunda, implica darle el control de la situación y dejar a su elección el hecho de continuar o no en el juego, a sabiendas de que cada día sumará más puntos. Esta libertad de decisión le da confianza y esperanza frente al desenlace de lo que, ante sus ojos sólo es un concurso.

La actuación de Guido es exitosa, pues logra promover eficazmente la definición de que las acciones suscitadas en el campo de Concentración son un simple juego, al respecto, Josué comprende que el estado de la situación es sólo una competencia y se compromete a

⁸⁰ Roberto Benigni. *La Vida es Bella*. Escena: “The First Day” {01:11:57}

⁸¹ Roberto Benigni. *La Vida es Bella*. Escena: “Buttons & Soap” {01:22:38}

seguir las reglas y esforzarse por ganar puntos evitando pedir la merienda, buscar a su mamá y escondiéndose de los guardias. Al final logra con éxito el objetivo: llegar a los 1000 puntos, ganar el carro blindado y encontrarse con su mamá (imagen 8).



Imagen 8:

Fotografía retomada del filme *La Vida es Bella* de Roberto Benigni. Escena: “The Journey That Had To Be” {01:52:26} para ilustrar el logro de metas.

El escenario es transformado por la actuación del personaje, cuyo sendero está marcado por un interés. La realidad deja de ser lo que es, para convertirse en lo que uno desea. Guido desea que su hijo no sufra y su actuación hace de un campo de batalla, un concurso; de un día de trabajos forzados, golpes y humillaciones, un juego de rayuela, de brincar la cuerda o de jugar a las escondidillas; de un trágico momento, un bello recuerdo.

La teatralidad, como se puede identificar en este análisis, es un instrumento comunicacional que acompaña a la persona a lo largo de su vida, ya que le permite protagonizar al personaje, que a su elección, es el mejor.

En su naturaleza todas las personas son seres que se comunican para sobrevivir, son seres que buscan su bienestar y en consecuencia, son seres teatrales. No es casualidad entonces, que al individuo en sociedad se le conceda el nombre de actor social. El actor social es un cuentista, que narra historias de tragedia, aventura o felicidad; enviste y maquilla criaturas heroicas o victimizadas y crea escenarios opulentos para la imaginación. A través de las narraciones emerge su personalidad y se consolida ante su público como un ser único.

El ser teatral, se comunica desde la armadura de precisiones específicas, no en vano ha perfeccionado su guión y, en ese sentido, su mensaje adquiere mayor veracidad y emoción. El tinte de sus palabras y de todos sus gestos puede ser coloquial o elegante, tendencioso o sincero, confidencial o exhibicionista según sea la situación o el valor de cada espectador.

No hay persona alguna que quiera ser sombría, todas en su momento preciso, pretenden ser vistas, iluminadas con reflectores de admiración, queridas e impulsadas por el aplauso después de cada presentación, porque la oscuridad alienta a la desesperación, a la locura y al olvido; razón por la que cada cual, personifica con grandilocuencia el día a día en un escenario imperioso, diverso y vivaz: la sociedad.

PARA TERMINAR

*A veces, las personas necesitan más que una verdad,
necesitan que su fe les sea recompensada.*

CHRISTOPHER NOLAN

Para finalizar con este trabajo, se presentan las siguientes conclusiones en torno a las implicaciones de la teatralidad en la comunicación humana. En principio, hay que subrayar que la teatralidad es una herramienta comunicacional frecuentemente utilizada por el actor social, denominado así al individuo en sociedad, porque en su búsqueda por llamar la atención de sus allegados, mostrándoles cuan importante es la interacción a través de señales de disposición y de adaptación a la situación prevaleciente, su comportamiento ya no es despreocupado, sino que está dirigido a impresionar e influir en la conducta del otro, como un personaje en el desenvolvimiento de su papel en un escenario y frente a su público.

La trascendencia de la teatralidad como herramienta comunicacional, se debe a distintos factores, entre los que destacan: la falta de privacidad para la reflexión y la convivencia más íntima y familiar; al aumento en la confidencialidad hacia el otro, motivo de la creciente inseguridad pública; la falta de identidad personal, el alejamiento frente a los valores y costumbres de una comunidad y, finalmente, la trascendencia de la cultura visual por encima de la oralidad y la escritura. Todos estos aspectos refuerzan el uso de la creatividad visual y de acciones teatralizadas que se desarrollan de cara al público y que sólo expresan a la persona en su estado perceptible, ritualizado y al poco tiempo desvanecido.

La constante preocupación de la persona por la forma en que es percibida y tratada por los demás, le exige planear la interacción resaltando ciertos aspectos de su personalidad para persuadir a sus interlocutores e impresionarlos en un sentido acorde y óptimo con sus intereses. En consecuencia, se puede afirmar que el individuo no interactúa con los demás porque sí, sino porque ha entendido su mismidad en el sentido del otro, sabe de antemano que para integrarse al contexto tiene que adecuar su comportamiento a determinadas reglas y modos de vida a fin de recibir cierto grado de reconocimiento a través de atributos como el estatus, la confianza, el poder adquisitivo y la estima. No ocurre lo mismo con la presencia actoral del individuo en situaciones poco ordinarias como la suscitada en las *instituciones totales*, en este caso el objetivo del personaje no es obtener prestigio social, sino actuar para sobrevivir, puesto que el control sobre su persona y el entorno son relativamente nulos, porque, generalmente dependen de terceras personas que poco tienen que ver con él y con sus intereses. Sin embargo, como se mencionó con anterioridad, el grado de dependencia hacia la organización y la presencia de acciones mortificantes del yo, como la estigmatización, dependerán del tipo de *institución total* referida.

La teatralidad es un instrumento que privilegia la comunicación visual a través del lenguaje no verbal, ya que éste dice más de un sujeto o situación que aquello que se pueda expresar con palabras, razón por la cual pone al descubierto aspectos que van más allá de la

interacción cara a cara, tales como rasgos geográficos, gustos y costumbres. Por esta razón, el espectador tiende a prestarle más atención al aspecto físico de las personas, el cual también sirve como un medio para comprobar la veracidad de la actuación del individuo y en esa medida, determinar el estatus de confiabilidad en la interacción establecida, esto en la vida cotidiana, mientras que en el caso de las *instituciones totales*, la tendencia es estigmatizar negativamente la actuación, a fin de desprestigiar al personaje.

Además, la importancia de la teatralidad en el ámbito visual de la comunicación, se debe a que este tipo de información es más sencilla de decodificarse, entenderse y relacionarse a ciertos significados cognitivo-sensoriales, ya que concentra la totalidad de un personaje sólo en algunas de sus características físicas. Los cómics muestran algunos ejemplos al respecto. *El Guasón*, villano en la película de *Batman*, es un sujeto loco, con los labios cortados, que utiliza el maquillaje para resaltar atípicamente sus facciones y que a través de estas características enviste al tirano de la trama. No sucede lo contrario con *El Duende* en *Spiderman*.

La trascendencia de la teatralidad en la configuración de las relaciones sociales es tal, que la primera impresión que una persona recibe al conocer a otra, determinará en gran medida el desarrollo de una relación, pues la imagen que un actor ostenta, le proporcionará información a sus espectadores sobre el tipo de persona con quien están tratando y lo que pueden o no esperar de su comportamiento en público. Una *institución* total sistematiza este proceso, ya que el estatus de la misma institución hablará sobre sus internos, aunque estos no tengan nada que ver con los propósitos perseguidos por la misma.

Las impresiones provocadas por la actuación del individuo, en lo específico y la teatralidad, en lo general, se han convertido en pieza clave para que el espectador decida, si es conveniente o no, establecer contacto con determinados actores conforme a sus intereses, pues es más fácil calificar a una persona por lo que en ella se ve y por las sensaciones a las que evoca, que prestarle atención al ser en su totalidad. Por esta misma

razón, en las relaciones donde predominan la dedicación y la confianza hacia el otro, suele reducirse la presencia de acciones teatralizadas.

La teatralidad representa una forma de perfeccionamiento de la habilidad expresiva y de las estrategias comunicacionales, pues le da al individuo la posibilidad de ser más creativo y persuasivo con sus intermediarios al hacer uso de los elementos que le proporciona el contexto para su beneficio; sin embargo, en las *instituciones totales* el interno tiene limitantes fuertes para poder comunicarse, ya que de entrada carece de la libertad sobre el conjunto de sus acciones personales y el poco espacio de acción que tiene, generalmente está supervisado y expuesto al público, lo cual determina la carencia de desarrollo, movilidad y decisión frente a sus interacciones con los demás.

Finalmente, cabe resaltar que, la teatralidad permite que la comunicación sea más eficaz y eficiente, porque hace del ser teatral un ser reflexivo, ya que sus acciones están pensadas en función del otro y de los distintos aspectos del medio -normatividad vigente, estilos de vida, costumbres, religión, entre otros- con el propósito de administrar los recursos informativos con los que cuenta y mejorar los alcances de sus acciones futuras. La elección del mensaje más efectivo dependerá de la persona a la que vaya dirigida la información, de sus actitudes, aptitudes y recursos; así como del contexto sociocultural en el que se origine la interacción. Por ello, si se está atento a la respuesta generada por el destinatario del mensaje y se es lo suficientemente flexible para modificar el propio comportamiento cada vez que se aleje de la meta propuesta, se podrán aumentar las posibilidades de alcanzarla.

El ser humano se reconoce como un ser teatral, que vive del aplauso de los demás, que crece por la emoción de ser conforme a un ideal, que viste, maquilla y galardona el guión de su vida hasta el día en que la penumbra del silencio lo alcance, será entonces cuando el telón se disipé y tal vez todo terminará o tras ese enigmático instante... ¡el comienzo se divisará!

BIBLIOGRAFÍA

- Ailes, R. y Kraushar, J. (2001). *Tú Eres el Mensaje. La Comunicación con los Demás a través de los Gestos, la Imagen y las Palabras*. Barcelona: Paidòs.
- Álvarez, M. (2005). *El Lenguaje No Verbal*. Madrid: Universidad Pontificia de Salamanca.
- Álvarez, T. (1997). *Vendedores de Imagen*. Barcelona: Paidòs.
- Anta, J. (2004). *Moral y Cotidianidad en los Campos de Concentración del Nazismo*. Universidad de Jaén. Área de Antropología Social.
- Bankier, D. y Gutman, I. (2005). *La Europa Nazi y la Solución Final*. Madrid: Losada.
- Berger, P. y Luckman, T. (1999). *La Construcción Social de la Realidad*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- Berlo, D. (1969). *El Proceso de la Comunicación. Introducción a la Teoría y a la Práctica*. Buenos Aires: El Ateneo.
- Blumer, H. (1971). *Interaccionismo Simbólico: Perspectiva y Método*. México: Prentice-Hall.
- Caballero, J. (1998). *La Interacción Social en Goffman*. Universidad Complutense de Madrid: Reis.
- Carabaña, J. y Lamo de Espinosa, E. (1978). *La Teoría Social del Interaccionismo Simbólico: Análisis y Valoración Crítica*. Revista Española de Investigaciones Sociológicas: Reis.
- Celarié, A. (2003). *Breve Diccionario Teatral. Enfoque Sistémico sobre Técnica y Método Escénico*. México: CONACULTA.
- Cervera, J. (1996). *La Dramatización en la Escuela*. Madrid: Bruño.
- Costa, J. (1992). *Imagen Pública. Una Ingeniería Social*. Madrid: Fundesco.
- De la Mota, I. (1998). *Diccionario de la Comunicación. Televisión, Publicidad, Prensa y Radio. Tomo I y II*. Madrid: Paraninfo.
- Delhumeau, A. (1983). *El Hombre Teatral*. México: Plaza & Janes Editores.
- Delroy L. P. (2002). *Socially Desirable Responding: The Evolution of a Construct*. En Braun H., Jackson D. y Wiley D. *The Role of Constructs in Psychological and Educational Measurement* (pp. 49-69) New Jersey: Erlbaum.

- De Tavira, L. (1999). *El Espectáculo Invisible. Paradojas sobre el Arte de la Actuación*. Madrid: Asociación de Directores de Escena de España.
- Dieterich, H. (1995). *Nueva Guía para la Investigación Científica*. México: Planeta.
- Durandín, G. (1982). *La Mentira en la Propaganda Política y en la Publicidad*. Barcelona: Paidòs.
- Duverger, M. (1962). *Métodos en las Ciencias Sociales*. Barcelona: Ariel.
- Eco, U. (2001). *Cómo se Hace una Tesis: Técnicas y Procedimientos de Estudio, Investigación y Escritura*. Barcelona: Gedisa.
- Escobar, G. y Albarrán, V. (2000). *Filosofía. Un Panorama de su Problemática y Corrientes Contemporáneas*. México: McGraw-Hill/Interamericana Editores
- Fernández, C. (2001). *La Comunicación Humana en el Mundo Contemporáneo* (2ª ed.). México: McGraw-Hill/ Iberoamericana Editores.
- Fisher, H. (2007). *Anatomía del Amor. Historia Natural de la Monogamia, el Adulterio y el Divorcio*. Madrid: Anagrama.
- François, Ch. (2002). *La Fuerza de las Emociones*. Barcelona: Kairós.
- Gadamer, H. (1991). *La Actualidad de lo Bello*. Barcelona: Paidòs.
- Gagné, R. (1975) *Principios Básicos del Aprendizaje e Instrucción*. México: Diana.
- Gallardo, C. (1990). *Curso de Teorías de la Comunicación*. México: UNAM-FCPyS.
- García, F. (1998) *Realidad Virtual y Mundos Posibles* en Pablos, Pons Juan de y Jiménez Segura, Jesús J. (1998) Cedecs: Barcelona.
- Goffman, E. (2004). *La Presentación de la Persona en la Vida Cotidiana* (5ª ed.). Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- (2003). *Estigma. La Identidad Deteriorada*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- (1994). *Internados. Ensayos sobre la Situación Social de los Enfermos Mentales*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- Gordoa, V. (2003). *Imagología*. México: Grijalbo.
- (2004). *El Poder de la Imagen Pública*. México: Grijalbo.
- Guiddens, A. Turner, J. y otros. (1990). *La Teoría Social, Hoy*. Madrid: Alianza Editorial.
- Gutiérrez, P. (1996). *Metodología de las Ciencias Sociales* (2ª ed.). México: Porrúa.
- Hittler, A. (2001). *Mi Lucha*. Chile: Transadinas.

- James, J. (2003). *El Lenguaje Corporal. Proyectar una Imagen Positiva*. Barcelona: Paidòs Ibérica.
- Lawton, E. (2006). *Body Language and the First Line Manager*. Oxford: Chandos Publishing.
- Lazar, J. (1993). *La Ciencia de la Comunicación*. México: Roble.
- Primo, L. (2003). *Si Esto es Un Hombre* (6ª ed.). Roma: El Aleph.
- Mattelart, A. (1993). *Historia de las Teorías de la Comunicación*. Barcelona: Paidòs.
- Martínez de Sousa. (1992). *Diccionario de Información, Comunicación y Periodismo* (2ª ed.). Madrid: Paraninfo.
- Miklos, N. (1990). *Médico en Auschwitz*. México: Posada.
- Mínguez, A. (1999). *La Otra Comunicación. Comunicación No Verbal*. Madrid: ESIC
- Navarro, C. (2006). *Creatividad Publicitaria Eficaz. Cómo Aprovechar las Ideas Creativas en el Mundo Empresarial*. Madrid: ESIC.
- Pavis, P. (1996). *Diccionario del Teatro. Dramaturgia, Estética, Semiología*. Barcelona: Paidòs.
- Reeve, J. (2003). *Motivación y Emoción* (3ª ed.). México: McGraw-Hill.
- Ritzer, G. (2002). *Teoría Sociológica Moderna* (5ª ed.). Madrid: McGraw-Hill.
- Rojas, R. (1998). *Guía para Realizar Investigaciones Sociales*. México: Plaza y Valdés.
- Ruiz, M. y Contreras, A. (1987). *Glosario de Términos del Arte Teatral*. México: Trillas.
- Sampieri, R., Fernández, C. y Baptista, P. (1991). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill.
- Scheinsohn, D. (2000). *Más allá de la Imagen Corporativa. Cómo Crear Valor a través de la Comunicación Estratégica*. Buenos Aires: Ediciones Macchi.
- Schütz, A. (1932) *La Construcción Significativa del Mundo Social. Introducción a la Sociología Comprensiva*. Barcelona: Ediciones Paidòs.
- Squicciarino, N. (1990). *El Vestido Habla: Consideraciones Psico-Sociológicas sobre la Indumentaria*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- Stanislavski, C. (1986). *El Trabajo del Actor sobre el Sí Mismo. El Trabajo sobre el Sí Mismo en el Proceso Creador de la Encarnación*. Buenos Aires: Editorial Quetzal.
- Tenorio, G. (1986). *La Metodología y la Enseñanza de las Teorías de la Comunicación*. México: UNAM-FCPyS.

Villegas, J. (1996). *De la Teatralidad como Estrategia Multidisciplinaria*. University of California: Gestos.

Winkin, Y. (Comp.) (1994). *La Nueva Comunicación* (4ª ed.). Barcelona: Kairós.

OTRAS FUENTES

Cibergrafía

Apuntes sobre la Definición de Información

<http://www.eumed.net/flechas/informa-define.htm> (09/06/2003).

Comunicación

<http://www.usfq.edu.ec/1BIBLIOTECA/bibvir/comuni.html> (27/12/2006).

Diccionario de la Real Academia Española

<http://www.rae.es/> (24/06/2007)

El Camino hacia la Nueva Comunicación. Breve Apunte sobre las Aportaciones de la Escuela de Palo Alto por Martha Rizo

<http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/n40/mrizo.html> (16/07/2007).

El Oficio del Comunicólogo por Rafael Reséndiz Rodríguez

<http://hyperlab.politicas.unam.mx/oficiodecomunicologo/default.htm> (2/03/2008).

El Portal de la Comunicación

<http://www.infoamerica.org/> (24/07/2007).

Memoriales Históricos de los Campos de Concentración Nacionalsocialistas 1933-1945.

Memorial del Campo de Concentración de Auschwitz

<http://www.memoriales.net/topographie/polonia/auschwitz.htm> (8/03/2008).

Objetividad o Subjetividad: Mito del Periodismo Hegemónico por Víctor Ego Ducrot

<http://www.perio.unlp.edu.ar/intencionalidad/Ducrot%20%20Objetividad%20Subjetividad.pdf> (12/11/2008).

Videografía

La Vita è Bella (La Vida es Bella)

Dirección: Roberto Benigni

Producción: Elda Ferri y Gianluigi Braschi

Guión: Roberto Benigni, sobre la obra *Un Testimonio del Holocausto* de Vincenzo Cerami

Música: Nicola Piovani

Fotografía: Tonino Delli Colli

Montaje: Simona Paggi

Reparto: Roberto Benigni (Guido), Nicoletta Braschi (Dora) y Giorgio Cantarini (Giosué)
Italia, 1997, Drama-Comedia, 117min.