

Historias de villanos

Narrativas conminatorias de la 'otredad' en la Revista *Time* Una aproximación desde la socio-semiótica

Síntesis

En este trabajo nos proponemos una aproximación a la atribución de sentido, realizada por la revista norteamericana *Time*, a los acontecimientos posteriores al 11 de septiembre de 2001. Plantemos el análisis desde la perspectiva de la Socio-semiótica o Teoría de los discursos sociales y a partir de una lectura ética de la otredad. El corpus de análisis lo circunscribimos temporalmente a las primeras acciones militares de Estados Unidos de Norteamérica contra el 'terrorismo'.

Nos proponemos rastrear, dentro de las estrategias discursivas, las "marcas" de la otredad, a través de los procedimientos de designación del "otro" en tanto operaciones de estigmatización. Circunscribimos el análisis a un conjunto de estrategias de caricaturización (en el orden de lo grotesco), que denominamos: "retórica risible".

Synthesis:

In this work we intend an approach to the sense attributed to the later events on September 11 2001, carried out by the North American magazine *Time*. Let us begin the analysis from the perspective of the social-semiotic or Theory of the social speech starting from an ethical reading of the *otredad*.

The analyzed sample is temporarily to the first military actions of the United States of North America against terrorism. We intend to rake, inside the discursive strategies, those "marks" of the *otredad*, through the procedures of appointment of the "other" taking into account stigmatization operations. We base the analysis in a group of caricatural strategies (in the order of the grotesque) that we denominate: "laughable rhetoric."

José Luis Jofré

joseluisjofre@yahoo.com.ar

Licenciado en Comunicación Social. Docente e investigador de Ética en la Facultad de Ciencias Humanas, Universidad Nacional de San Luis y Profesor e investigador de «Sociedad y Educación» en el Instituto de Formación Docente Continua - Villa Mercedes, Argentina.

A Rufino Alves -mi compadre y hermano-, rumor de "Mundoafro", anfitrión de nuestros andares montevidianos.

"El rostro del fanatismo ha sido prolijamente diseñado en el guión de la película estadounidense que todos miramos por cable. La maldad está allí y la violencia justiciera de los buenos muchachos del Medio Oeste vendrá a extirpar el cáncer que amenaza la pax americana que, ya no hay dudas de eso, es la que más conviene al planeta".

Ricardo Forster, ¿Kosovo?... yo argentino¹.

¹ FORSTER, R., "¿Kosovo?... yo argentino", in *Pensamientos de los confines*, núm. 6, Bs. As., Paidós, Primer Cuatrimestre, 1997, pág. 35.

Introducción

El 11 de septiembre de 2001 el mundo fue conmocionado por las imágenes del derrumbe de las Torres Gemelas, del World Trade Center, en Manhattan, Ciudad de New York, Estados Unidos de Norteamérica.

Las 'Torres Gemelas' del World Trade Center se precipitaron y con ellas el 'mundo' fue sometido a un proceso de metamorfosis cuya forma final, tal vez, ni siquiera podemos sospechar. El 'gran acontecimiento' despertó la furia devastadora del imperio fustigado, Estados Unidos de Norteamérica. Este país atribuyó sentido al acontecimiento y lo construyó como un "atentado terrorista". Al tiempo que identificó al gran enemigo, 'el terrorismo global', y le declaró una guerra global.

Los medios de comunicación social aportaron a la atribución de efecto de sentido a los acontecimientos posteriores a la caída de las Torres. Dicho procedimiento abarcó tanto a los 'hechos' como a los 'actores sociales'.

De estos 'actores' nos convoca la atención, de manera especial, aquellos construidos discursivamente como 'otredad'. De todo el universo de los medios de comunicación que intervienen en estos procedimientos, en este trabajo nos proponemos una aproximación a la atribución de sentido, realizada por la revista norteamericana *Time*.

Específicamente nos proponemos rastrear, dentro de las estrategias discursivas, las "marcas" de la otredad, a través de los procedimientos de designación del "otro" en tanto operaciones de estigmatización. Marcas construidas ya sea: por el nombre propio, por el rol, por

el epíteto, por la atribución de acciones, por la procedencia y por otras figuras retóricas.

Ceñimos el análisis a un conjunto de operaciones por medio de las cuales *Time* procede a presentar a la otredad por medio de estrategias de caricaturización (en el orden de lo grotesco). Estrategia que denominamos: "retórica risible".

El corpus de análisis lo circunscribimos temporalmente a las primeras acciones militares de Estados Unidos de Norteamérica contra el 'terrorismo'. En otros términos, nos detendremos en la invasión de Estados Unidos a Afganistán.

Finalmente, es dable señalar que el presente trabajo se enmarca en la Teoría de los discursos sociales o Socio-semiótica. A su vez atiende a discusiones y reflexiones en torno a la 'otredad' y al 'estigma'.

Lineamientos teórico – metodológicos.

La Socio-semiótica o Teoría de los discursos sociales.

En el marco de las múltiples opciones teórico – metodológicas nos inscribimos como ya señalamos, en los fines de este trabajo, en la Teoría de los discursos sociales o socio-semiótica de Eliseo Verón.

Como el mismo autor señala, la socio-semiótica es un conjunto de hipótesis sobre los modos de funcionamien-

² Siguiendo a Verón, al hablar de *sentido* entendemos que éste se encuentra entrelazado de manera inextricable con los comportamientos sociales, sin él no hay organización material de la sociedad, ni instituciones, ni relaciones sociales. La producción de sentido es "el verdadero fundamento de lo que corrientemente se llama 'representaciones sociales'". VERÓN, Eliseo, *La semiosis social*, Buenos Aires, Gedisa, 1987. págs. 125-126.



to de la semiosis social. El estudio de la semiosis es el análisis de los fenómenos sociales en tanto proceso de producción de sentido². En socio-semiótica se parte de una doble hipótesis, por un lado, “*toda producción de sentido es necesariamente social: no se puede describir ni explicar satisfactoriamente un proceso signifiante, sin explicar sus condiciones sociales productivas*” y, por otro lado, “*todo fenómeno social es, en una de sus dimensiones constitutivas, un proceso de producción de sentido, cualquiera fuere el nivel de análisis*”³.

Por esta razón, la noción de discurso –como configuración espacio-temporal de sentido, identificada sobre soportes materiales diversos que son fragmentos del proceso de producción– permite considerar la “materialidad de sentido” y recuperar la “construcción social de lo real” en la red de la semiosis social⁴.

Desde esta perspectiva, la socio-semiótica se constituye en una teoría de los discursos sociales cuya posibilidad “*de todo análisis del sentido descansa sobre la hipótesis según la cual el sistema productivo deja huellas en los productos y que el primero puede ser (fragmentariamente) reconstruido a partir de una manipulación de los segundos. Dicho de otro modo: analizando productos, apuntamos a procesos*”⁵. De esta manera, el “análisis” de los discursos no es otra que la descripción de las *huellas* de las condiciones productivas en los discursos, bien sean las de su generación o las que dan cuenta de sus ‘efectos’. Estas condiciones productivas de los discursos sociales tienen que ver, ya sea con las determinaciones que dan cuenta de las restricciones de generación de un discurso o de un tipo de discurso, ya sea con las determinaciones que definen las restric-

³ *Ibid*, pág. 125

⁴ *Ibid*, pág. 126-127.

⁵ VERÓN, Eliseo, *La semiosis social*, op. cit., pág. 124.

ciones de su recepción. El autor llama a las primeras “condiciones de producción” y a las segundas, “condiciones de reconocimiento”.

El análisis de discursos puede, entonces, interesarse ya sea por una u otra gramática. Cada uno de estos casos “*implican mecanismos diferentes y exigen una puesta en juego del análisis específico*”⁶. “*Las reglas que comportan estas gramáticas describen operaciones de asignación de sentido en las materias signifiante [..]. Estas operaciones se reconstruyen (o postulan) a partir de **marcas** inscriptas en la materia signifiante*”⁷. Cuando la relación entre una propiedad signifiante y sus condiciones se establece, estas marcas se convierten en huellas de uno u otro conjunto discursivo. A los fines de este trabajo optamos por el análisis y reconstrucción de las huellas en las condiciones de producción de los discursos de la Revista *Time*.

1.2 ‘Otreidad’ y ‘estigma’: dos categorías para una lectura posible

Nuestro trabajo está planteado en torno a dos nociones que lo atraviesan transversalmente: la ‘otredad/alteridad’ y ‘estigma’. Ambas operan interrelacionadamente y se imbrican mutuamente. A continuación brindamos una breve referencia a la configuración de estas nociones al interior de este trabajo.

La(s) “figura(s) de la alteridad”⁸ remite(n), en nuestro trabajo, a las distintas formas, tópicos y estrategias dis-

⁶ *Ibid*, pág. 136.

⁷ *Ibid*, pág. 129

⁸ Tomamos la expresión “figuras de la alteridad” de BAUDRILLARD, Jean y GUILLAUME Marc, *Figuras de la alteridad*, Taurus (La Huella del Otro), México, 2000.

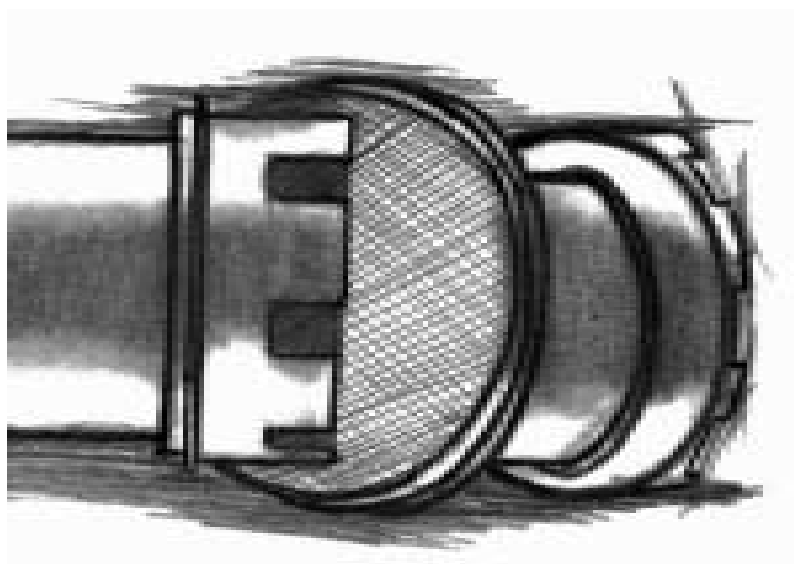
⁹ Remitimos, a guisa de ejemplo, a las producciones, en torno a la alteridad que Guillaume menciona en la introducción de su libro *Figuras de la alteridad*, *ibid*.

cursivas que figurativizan al "otro" como el estigmatizado/estigmatizante. La prolífera producción⁹ en torno a la problemática de la otredad escapa a los objetivos de nuestro proyecto, por este motivo circunscribimos este recorrido al planteamiento de algunos autores como Jean Baudrillard, Marc Guillaume, Bergua y Benveniste, entre otros.

El historiador uruguayo Mario Cayota, en su libro *Siembra entre brumas*, retoma un estudio antropológico de Bestard y Contreras en el que éstos analizaban la actitud que a través de la historia el 'civilizado' ha asumido ante el 'bárbaro'. "Mediante una erudita recopilación, sostiene Cayota, y como consecuencia de un fino análisis los autores citados llegan a la conclusión de que 'no sólo los griegos vieron de un modo desfavorable a sus vecinos, sino que todas las grandes civilizaciones han estigmatizado a aquellos otros pueblos que no compartían sus instituciones, sus mismas creencias religiosas y, en definitiva, sus mismos modos de vida. A esos otros pueblos

*siempre se les ha llamado 'bárbaros' y se les ha mirado con determinado grado de condescendencia, desconfianza, desprecio y temor'. Generalmente el 'otro', que habita en regiones extremas, se concebía como un ser de aspecto deforme y horrible¹⁰. La dificultad para valorar la 'alteridad', llevaba así mecánicamente a una caracterización peyorativa e inferiorizante del bárbaro. El miedo y la desconfianza impulsaban al rechazo. Modernamente puede incluso constatarse este fenómeno en la reacción que en una misma sociedad suscita el prójimo que no comparte las pautas y valores de la mayoría. Ellos son sociológicamente incorporados a esta categoría de 'ajenidad' y 'extrañeza'."*¹¹

La otredad es, para Marc Guillaume, una construcción de la modernidad. "con la modernidad entramos en la era de la producción del Otro. No se trata ya de matarlo, devorarlo o seducirlo, ni de enfrentarlo o rivalizar con él, tampoco de amarlo u odiarlo; ahora, primero se trata de producirlo. El otro ha dejado de ser un objeto de pasión





para convertirse en un objeto de producción”¹².

La otredad, en tanto exterioridad y extranjería, puede ser configurada de diversas maneras, entre las cuáles revisiten estatutos antagónicos. Nos referimos a la otredad en tanto *xénos*, basada en la hospitalidad, y *bárbaros*, centrada en la hostilización del otro.

Bergua nos brinda un breve recorrido de la etimología de estas palabras, que retomamos a fin de complementar la noción de otredad recientemente enunciada.

“Lo primero que constatamos desde un punto de vista filológico es que los términos castellanos ‘hostilidad’ y ‘hospitalidad’ son hoy semánticamente contradictorios pero originalmente su significado no era muy distinto. En efecto, ‘hostis’ y ‘xenos’ ‘cubren un área semántica muy próxima a la de los términos que indican amistad’ (Cacciari) y ambos derivan de la raíz indoeuropea ‘ghos-ti’ que significa, a la vez, ‘extranjero’ y ‘huésped’

¹⁰ Lectura que coincide con el concepto de **estigma** de Erving Goffman, quien, en su libro homónimo, señala que *“los griegos, que aparentemente sabían mucho de medios visuales, crearon el término **estigma** para referirse a signos corporales con los cuales se intentaba exhibir algo malo y poco habitual en el status moral de quien los presentaba. Los signos consistían en cortes o quemaduras en el cuerpo, y advertían que el portador era un esclavo, un criminal o un traidor –una persona corrupta, ritualmente deshonrada, a quien debía evitarse, especialmente en los lugares públicos-...]. 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 a sus manifestaciones corporales”* (GOFFMAN, E., *Estigma. La identidad deteriorada*, Buenos Aires, Amorrortu editores, 1995.pág. 11).

¹¹ CAYOTA, Mario, *Siembra entre brumas. Utopía franciscana y humanismo renacentista: una alternativa a la conquista*, Montevideo, C.I.P.F.E. 1990, págs. 525-526.

¹² Marc GUILLAUME, “*La cirugía estética de la alteridad*”, in BAU-DRILLARD, J. y GUILLAUME. M., *Figuras de la alteridad*, Op. cit., pág.113.

¹³ BERGUA, J. A., “*Nosotros y los otros. Una aproximación reflexiva*”, in

(Roberts y Pastor). De este parentesco ya tomó nota Benveniste cuando observó que el vocablo ‘hostis’, con el significado de ‘compensar’ o ‘igualar’, fue utilizado para hacer referencia a los extranjeros asimilados que poseían los mismos derechos que los romanos. Así que para los romanos, frente a los «hombres libres», había dos clases de hombres: los esclavos, capturados en la guerra, y el extranjero, con posibilidad de convertirse en huésped. Explica Benveniste que como el nacido fuera es a priori un enemigo era necesario un ritual político que estableciera entre él y ego relaciones de hospitalidad. Esta sociabilidad que no encaja del todo bien en la dialéctica amigo/enemigo aparece también en el término ‘philos’ que sirve para designar tanto a un enemigo como a un auténtico ‘philos’ o hermano por efecto de una convención ritual”¹³.

Teniendo en cuenta estas consideraciones, en este trabajo, reservamos las palabras ‘bárbaros’, ‘hostilidad’, ‘barbarización’, ‘hostilización’ para señalar el procedimiento de construcción de la otredad en tanto ‘enemigo’. Mientras que ‘xénos’, ‘huésped’, ‘hospitalidad’, como índice de una extranjería configurada como amiga o aliada. En ambos casos, hospitalidad y hostilidad, indican un doble procedimiento que opera de manera complementaria: ‘dar’ y ‘recibir’ hospitalidad y hostilidad. Operaciones que sólo son posibles distinguir con los efectos del análisis, pero que remiten a una e *indistinta* operación. Estos procedimientos se oponen a otro: ‘tomar para sí’ (cuyo origen etimológico proviene del indoeuropeo ‘emo’)¹⁴, operación que enfatiza la

Nómada núm. 6, Universidad Complutense de Madrid, julio-diciembre de 2002.

¹⁴ Idem.

¹⁵ En nuestros estudios de la construcción de la otredad en los discursos

adquisición o apropiación.

Designar la otredad (una categoría en con-strucción)

La construcción discursiva de la otredad en *Time* se nos configura a través de estrategias de designación tal como la retórica de lo risible¹⁵.

Para abordar la estrategia de la designación de la otredad, retomamos, en primer lugar, la noción de 'estigma'¹⁶. Nos detenemos en Goffman para quien el estigma remite a diversas características de las que, en este punto, destacamos: en primer lugar, el *régimen de lo público*, "el área de manejo de un estigma puede [entonces] considerarse como algo que pertenece fundamentalmente a la vida pública, al contacto entre extraños o simples conocidos, al extremo de un continuo cuyo polo opuesto es la intimidad"¹⁷. En segundo lugar, el *régimen de 'visibilidad'* del estigma pues, para que opere la estigmatización los atributos deben ser visibles, perceptibles o evidenciables. Cuando la "diferencia no se revela de modo inmediato, y no se tiene de ella un conocimiento previo [... entonces] no se trata de una persona desacreditada sino desacreditable". Finalmente, *el control de la información*, en este último caso, al tratarse de un sujeto desacreditable (carácter potencial del estigma) "el problema no consiste en manejar la tensión que se genera durante los contactos sociales, sino más bien en manejar la información que se posee acerca de su diferencia. Exhibirla u ocultarla; expresarla o guardar silencio; revelarla o disimularla; mentir o decir la verdad; y, en cada caso, ante quién, cómo y cuándo"¹⁸.

Goffman relaciona el 'control de la información' con el sujeto 'desacreditable' quien puede o no dar a conocer

estos atributos. La opción puede modificar su estatus a 'desacreditado'. Se refiere, entonces, al conocimiento que el propio sujeto tiene de los signos que lo expondrían como diferente y desacreditable. En el caso que analizamos aquí, de manera inversa, el control de la información es externo al sujeto desacreditable, depende del enunciador de *Time*, cuyo/s enunciador/es¹⁹ está/n calificados en el orden del saber²⁰ (conocen los atributos del sujeto) y ese saber, legitima el 'designar' la diferencia.

Para complementar esta noción es oportuno recordar que, la etimología de la palabra 'designar' (del verbo latino *signo, as, are, âbi, âtu*²¹) refiere a una triple acción: *marcar* con una señal, *caracterizar* la marca y *distinguir* por/con ese signo. A esta triple acción se le añade, la preposición 'de' que expresa la *separación* o *alejamiento* de un/os sujeto/s con el que existía contacto, unión y/o asociación. En este sentido la etimología nos permite precisar cómo se construye la otredad, en

de la revista **Time**, incluimos otras estrategias de designación como la que hemos denominado "la otredad inficionada". Estrategia que remite a supuesto carácter multiplicador del denominado –por *Time*– "fanatismo musulmán".

¹⁶ De las múltiples consideraciones posibles, resulta relevante a nuestro análisis señalar, siguiendo a Goffman, que el término estigma será utilizado para hacer referencia a un atributo profundamente desacreditador, "pero lo que en realidad se necesita es un lenguaje de relaciones, no de atributos" (GOFFMAN, E., *Estigma La identidad deteriorada*, ed. cit., pág. 13). Y finalmente, en relación con lo antes señalado la posibilidad de pensar la tensión estigma/estereotipia, esto es, "un estigma es una clase especial de relación entre atributo y estereotipo". Cfr. SIMÓN, Gabriela en *Gente como uno o de la imposibilidad de pensar(nos) ciudadanos: sobre los reality shows (Argentina-2001)*. Ponencia en el Encuentro Argentino de Carreras de Comunicación Social, "Medios de comunicación, sociedad y participación ciudadana", 3-4 de octubre de 2002, Olavarría, Buenos Aires.

¹⁷ GOFFMAN, E., *Estigma La identidad deteriorada*, ed. cit., pág. 67.

¹⁸ *Ibid*, pág. 56

¹⁹ "Hay que distinguir bien, dice Verón, al emisor 'real' del enunciador



y al receptor 'real' del destinatario. *Enunciador y destinatario son entidades discursivas*". A su vez, es conveniente retomar aquí la noción de *emplazamientos (o figuras) de la enunciación*. En un discurso, cualquiera sea su naturaleza, las modalidades del decir construyen, dando forma, a lo que Verón llama el dispositivo de enunciación. Este dispositivo comporta: -a. "La imagen del que habla: a esta imagen la llamaremos de 'imagen' es metafórico: se trata del lugar (o los lugares que el hablante se atribuye a sí mismo). Esta imagen contiene entonces, la relación del que habla con lo que dice. -b. La imagen de la persona a quien el discurso va dirigido: el destinatario. El productor del discurso no solamente construye su lugar o sus lugares en lo que dice; haciendo esto define igualmente a su destinatario. -c. La relación entre enunciador y destinatario [contrato de lectura]: que es propuesta en y por el discurso. VERÓN, E., "Quand lire c'est faire: l'enonciation dans le discours de la presse écrite" in *Sémiotique II*, París, IREP, 1984, págs. 33-36. (Traducción de Lucrecia Escudero: *Cuando leer es hacer: la enunciación en el discurso de la prensa escrita, mimeo*) op. cit., págs. 33-36.

²⁰ Es dable recordad que en términos foucaultianos la 'voluntad de saber'/'voluntad de 'verdad' remite a la noción de Nietzsche de 'voluntad de poder'.

²¹ Las voces del latín, en este trabajo, están tomadas de BLÁNQUEZ FRAILE, Agustín, *Diccionario manual Latino-Español y Español-Latino*, Barcelona, Ramón Sopena, S.A., 1950. *Diccionario Latino-Español* [dos tomos], Barcelona, Ramón Sopena, S.A., 1961.

²² Retomamos la noción de 'topos, locus o lugar' en el triple sentido al que se refiere Barthes, para quien la tópica "es -o ha sido-: 1. un método, 2. una red de formas vacías, 3. una reserva de formas llenas. A. -un 'método' que "nos pone en condiciones, ante cualquier tema propuesto, de ofrecer conclusiones sacadas de razones verosímiles". Por lo tanto, "constituye un conjunto de medios breves y fáciles para encontrar materia para discurrir aún sobre temas que son enteramente desconocidos". B. -una 'red de formas vacías'. Las razones verosímiles, "los argumentos se esconden, están ocultos en regiones, en profundidades, en estratos de donde hay que extraerlos, despertarlos". C. -una 'reserva para llenar estas formas'. Estas formas "mostraron pronto una tendencia a llenarse siempre de la misma manera, a apoderarse de contenidos, primero contingentes, luego repetidos, reificados". Transformándose finalmente en estereotipos. Ver BATHES, R., *Investigaciones Retóricas I, La antigua retórica, Ayudamemoria*, Buenos Aires, Editorial Tiempo Contemporáneo, 1974, págs. 56-57.

²³ "Los caciques guerreros, acostumbrados a traicionarse entre sí, son famosos por su crueldad y codicia" ("*Amigo del enemigo*", 3 de octubre, 2001). Los retazos de discursos de *Time* son tomados de la versión

tanto procedimiento discursivo.

En términos de Barthes podemos decir que *Time* ape- la a tópicos²² (formas vacías), las llena de contenido (estereotipado), designa a sus portadores y procede a separarlos del 'nosotros' de la enunciación (enunciador/ destinatario)²³. Es en este sentido que la Revista *Time* 'produce' la otredad.

Estos procedimientos los analizamos, entonces, median- te un conjunto de estrategias discursivas configuradas a partir de la retórica 'risible'. Analizamos, aquí, dos posibles figuras de la otredad que denominamos res- pectivamente: 'el villano, una caricatura', 'El in-hóspito, el terreno y el forajido'.

Retórica risible: la caricatura del otro

En este apartado retomaremos algunos de los procedi- mientos de configuración de la otredad operados por *Time* mediante la retórica risible. Para ello deslindare- mos brevemente en la noción de risible y sus posibles alcances. Esta categoría nos permitirá un primer acer- camiento a la designación de la otredad, a la que nos referiremos.

De la retórica clásica, Barthes retoma dos conjuntos de retóricas "definidas ya por la agrupación de los lugares según su afinidad, ya por la de los temas"²⁴. Dentro de esta última agrupación se encuentra la tópica de

en español de la Revista.

²⁴ BARTHES, R., *Investigaciones retóricas I, La antigua retórica, Ayu- damemoria*, ed. cit., pág. 59.

²⁵ *Ibid*, pág. 59. Nos referimos a los tres tipos de estigma mencionados por Goffman: a. Las distintas deformaciones físicas; b. Los defectos del carácter del individuo: falta de voluntad, pasiones tiránicas o antinatura-



lo **risible** que, según el autor, "*parte de una retórica posible de lo cómico; Cicerón y Quintiliano enumeraron algunos lugares de lo risible: defectos corporales, defectos mentales, incidentes, aspecto exterior, etc.*". Estos lugares operados desde el modelo caricaturesco guardan cierta relación con los tipos de estigmas señalados por Goffman²⁵.

les, creencias rígidas y falsas, deshonestidad; c. Estigmas triviales de la raza, nación y religión, susceptibles de ser transmitidos por herencia y contaminar por igual a todos los miembros de una familia.

²⁶ BARTHES, R., op. cit., pág.9. La retórica en tanto técnica hace posible la verosimilitud, remitimos al origen de esta última práctica más arriba. La *cursiva* es nuestra.

²⁷ Quien a su vez la toma de Aristóteles.

²⁸ BARTHES, R. op. cit., pág.18.

Algunos de estos tópicos blandidos por el *Time* son: los 'cuerpos defectuosos' (o mutilados), 'lo inhóspito', 'el forajido', 'la irracionalidad', 'la incapacidad', 'la deshonestidad', 'la locura', el 'fanatismo', entre otros. Cuando estos lugares son 'convocados' conjunta o complementariamente, con la intencionalidad de persuadir, de convencer, podemos postular que nos encontramos ante la operatoria de una 'retórica risible'. Recordemos que, entre las múltiples prácticas, la retórica "es, para Barthes, "una técnica, es decir, un arte, en sentido clásico del término: arte de la persuasión, conjunto de

²⁹ *Ibid* pág. 18.

³⁰ SIMÓN, Gabriela, "*Cuerpo y subjetividad en narrativas mediáticas*", Tesis de Maestría en Socio-semiótica, CEA, UNC, Córdoba, abril de



reglas, de recetas cuya aplicación permite convencer al oyente del discurso, incluso si aquello de que hay que persuadir es falso²⁶. La retórica es, entonces, el arte de lo verosímil. Simón adopta la articulación que Barthes establece entre *retórica* y el concepto de *verosímil*. La autora retoma de Barthes²⁷ la noción de retórica “como una lógica ‘adaptada al nivel de lo ‘público’ es decir, del sentido común, de la opinión corriente”²⁸ que en Aristóteles está asociada a la idea de lo ‘verosímil’ (eikos). Es, entonces, productiva la articulación que realiza Barthes, en el sentido de que ‘esta retórica convendría a los productos de nuestra cultura llamada de masas, donde reina lo ‘verosímil’ aristotélico, es decir, ‘lo que el público cree posible [...] más vale contar lo que el público cree posible, incluso si es imposible científicamente, que contar lo que es posible realmente, si este posible es rechazado por la censura colectiva de la *opinión corriente*. Es evidentemente tentador establecer una relación entre esta retórica de masas y la de Aristóteles’²⁹. Se trata de una articulación retórica/lógica del sentido común”³⁰.

2002 (inédito), pág. 23.

³¹ Extravagante. (Del b. lat. [de *extra-* y *vagante*, *errante*] *extravāgans*, -antis, part. act. de *extravagāri*). adj. Que se hace o dice fuera del orden o común modo de obrar. || 2. Raro, extraño, desacostumbrado, excesivamente peculiar u original. || 3. [adj. -s: persona] Que habla, viste o procede así. U. t. c. s.

³² **ex-**. (Del lat. *ex-*). pref. Significa ‘fuera’ o ‘más allá’, con relación al espacio o al tiempo. *Extender*, *extraer*, *exhumar*, *excéntrico*. || 2. Indica privación. *Exánime*. || 3. A veces no añade ningún significado especial. *Exclamar*, *exhortar*. En latín **Ex** (o **e**) (del griego *ek* o *ex*) prep. de ablativo. Su sentido fundamental indica: el punto de partida del movimiento, la salida del interior del objeto (por oposición a *in*, que indica la entrada); expresa relaciones de procedencia, origen, distancia, lugar, patria o punto de donde viene o sale una cosa. Significa a veces: la causa, el motivo, el orden, el número, el medio; conformidad o regla a la que se ajusta un hecho o una cosa.

³³ “La **hipérbole** consiste en exagerar: sea por aumento (auxesis: ir

De esta manera, en una ‘retórica risible’ se constituye la otredad desde un “modelo caricaturesco” en el que se muestra, se expone, lo “extraño”, lo “anormal”, lo “exótico”, lo “exagerado”, lo “estrafalario”, lo “extravagante”³¹ como índice de la diferencia y la exclusión (ex³² - extra). En todos los casos, el orden de los excesos, procede por combinación de lo diferente, en tanto desvío de la norma, y de manera hiperbólica³³. Esta retórica tiende a construir verosimilitud al relato de esta otredad como causa del terror instalado en occidente.

Veremos entonces que, a nuestro entender, esta retórica elide otros pretextos de las operaciones norteamericanas como son los motivos económicos, políticos, geoestratégicos, etc. Al mismo tiempo, esta estrategia que puede pensarse como innecesaria dentro del ‘tipo de discurso de la información’, parece encontrar su justificación en el régimen de complicidad que marca la relación entre enunciador/destinatario de la Revista *Time*.

El villano, una caricatura

Para localizar el funcionamiento de esta retórica, analizaremos algunos fragmentos. Los dos primeros estigmas (el ‘tuerto’ y “con garras de acero” –el manco–) están vinculados a “distintas ‘deformaciones’ físicas”³⁴, a partir de los cuales se designa la otredad en su caracteriza-

más rápido que el viento), sea por disminución (tapinosis: más lento que una tortuga)” BARTHES, *op. cit.*, p. 75.

³⁴ Según la agrupación de estigmas que propone Goffman, y que citamos más arriba. Ver *Estigma. La identidad deteriorada*, *op. cit.*, pág. 14.

³⁵ El uso de la cursiva en las siguientes citas nos pertenece, con ella remarcamos algunos de los atributos operados en la estigmatización del la otredad.

³⁶ Ver. *Estigma. La identidad deteriorada*.

³⁷ Cfr. BARTHES, R., “*Retórica de la imagen*”, in *Communications*,

ción de risible:

Uno de estos predicadores, llamado Abu Hamza Al-Masri, llegó al país en 1981 tuerto y con unas garras de acero en lugar de manos, al parecer consecuencia de lesiones sufridas en la guerra de Afganistán ("*Club del odio*", 7/11/01³⁵).

[Omar] perdió el ojo derecho contra los soviéticos cuando era un joven mujahedin. [...] Jóvenes que vivieron en los campos de refugiados en Pakistán, pasaron años radicalizados en las muy conservadoras escuelas islámicas de las fronteras, donde los oradores Pashto memorizaban el Corán en árabe y se imbuían en la retórica de la Jihad. Volvieron a su país natal para seguir al Mullah tuerto ("*Terror Talibán*", 26/09/01).

Este breve fragmento está saturado de marcas portadoras de información estigmatizadora como 'joven mujahedin' (guerrero santo), 'años radicalizados', 'las muy conservadoras escuelas islámicas', 'memorizaban', 'retórica de la Jihad'. En nuestro análisis sólo nos detendremos en dos signos físicos constituidos a partir de la amputación de la/s mano/s y la ausencia de un ojo.

Para poder continuar el análisis de estos estigmas es oportuno deslindar las distintas maneras de operar de los signos que generan algún tipo de atribución de sentido, respecto de los sujetos que los 'portan'. Recordemos, entonces, que para Goffman³⁶, los signos que portan (potencial o actualmente) algún tipo de información pueden operar (o ser operados) socialmente en tres sentidos. En primer lugar, como *símbolo de estatus*, operan como insignias de carácter positivo en tanto

que favorece a su portador, identificándolo con determinados grupos de poder simbólico; en segundo lugar, como *símbolo de estigma*, este segundo grupo está constituido por marcas que desvalorizan y ponen en duda la integridad de la humanidad de su portador; finalmente, como *símbolo desidentificador*, frente a los signos, que pueden ser asociados con información desacreditadora.

La distinción entre el funcionamiento de estos símbolos se definen por las convenciones sociales. Por este motivo, lo que para un 'colectivo socio-cultural' reviste carácter de '*símbolo de estatus*' puede, por el contrario, constituirse en '*símbolo de estigma*' para otro grupo. Al mismo tiempo, podemos agregar –siguiendo a Goffman– que, toda persona es portadora de '*símbolos*' que puede operar como índice de algún rasgo de anormalidad. Basta que, a partir de esta insignia, se haga circular determinada información, asociada al eje norma/normalidad, en un determinado contexto y con relación a un determinado colectivo social, para que cambie el estatus del sujeto que lo porte. Los procedimientos a través de los cuales se opera la asociación insignia/estereotipia nos remiten a la hipótesis barthesiana del anclaje del signo. Es decir que, al establecer la relación entre atributo y estereotipia, el signo –polisémico– se llena con una determinada información social. El anclaje no resulta azaroso, por el contrario es arbitrario e intencional. "En todos los casos de anclaje, el lenguaje tiene evidentemente una función de elucidación, pero esta elucidación es selectiva, se trata de un lenguaje aplicado no a la totalidad del mensaje sino tan sólo a algunos de sus signos"³⁷. Y, como consecuencia restringe el nivel de percepción a uno de los sentidos posibles.

núm. 4, París, Seil, 1964.

³⁸ *Idem*.

³⁹ Los **subjetivemas** "son valoraciones sobre ciertos objetos o hechos del mundo que el hablante hace durante su enunciación y que permiten

analizar la ideología del mismo". Roberto Marafioti (Comp.), *Recorridos semiológicos*, Bs. As., Eudeba, 1998, pág. 133. Cfr. también en FILI-



Lenguajes

Retomamos la noción barthesiana de anclaje pues esta operación permite que “en toda sociedad se desarrollen técnicas diversas destinadas a fijar la cadena flotante de los significados, de modo de combatir el terror de los signos inciertos”³⁸. Al fijar los significados, a través del anclaje se operan estrategias de poder en y a través del discurso.

A partir de los dos ejemplos anteriores, podemos postular que, al anclarse el sentido sobre la ausencia de un ojo o de las manos bajo los subjetivemas³⁹ ‘tuerto’ y ‘con garras de acero’ se efectúan –al menos– dos operaciones: la primera tendiente a la elucidación selectiva del sentido y la segunda procura como efecto de sentido elidir otras significaciones posibles, principalmente de aquellos otorgados por los seguidores de estas personas.

Estas insignias de carácter permanente que consisten en la ausencia de ‘un ojo’ o ‘la amputación de las manos’, pueden operar como índice de heroicidad para los talibanes o para los árabes en general. Índice de haber estado en la guerra de Afganistán contra la Ex Unión Soviética⁴⁰, en la década de los ochenta y, de haber luchado contra los soviéticos. Pero también puede ser NICH, María Isabel, *Enunciación*, 1º edición, 2º reimpression, Buenos Aires, EUDEBA, 1999, pág. 42.

⁴⁰ Cuando hacemos referencia a esta lectura, no podemos menos que recordar la legendaria saga cinematográfica de “**Rambo**”, en cuya tercera película el personaje lucha **con los mujahedines**, los “Guerreros Santos” de Afganistán. Reivindicando su lucha contra la Ex URSS. La película incluye el siguiente epígrafe: “Este film está dedicado al valiente pueblo de Afganistán”. Valientes mujahedines, “Guerreros Santos”. Actualmente estamos investigando este ‘desfasaje’ en los discursos mediáticos estadounidenses.

⁴¹ Tomamos una vez más la noción de retórica en Barthes, para quien ésta constituye un conjunto de prácticas entre las cuales destacamos, en este caso, el postulado según el cual “la retórica es una *moral*: siendo un sistema de ‘reglas’ la retórica está impregnada de la ambigüedad de la palabra; es a la vez un manual de recetas, animada

constituido como índice de ‘anormalidad estrafalaria’, tal es el caso del enunciador de la Revista *Time*.

Ambos subjetivemas remiten intertextualmente (asumiendo así la desfiguración) a las figuras caricaturescas del ‘villano’ de las películas o seriales televisivas norteamericanas. Estas figuras caricaturescas responden a una lógica basada en operaciones sencillas y mutadas en su procedimiento que operan la producción del otro a través de una estética centrada en ‘defectos’ físicos. Atributos que, a su vez, son operados metonímicamente como índice de ‘defectos morales’⁴¹. De esta manera cualquier personaje cinematográfico en el papel de pirata reviste las insignias operadas en Mohammed Omar y Abu Hamza Al-Masri.

Estas operaciones al tiempo que, remiten a la ‘figura del villano’, reenvían al orden de las relaciones. Al villano no sólo ‘se lo ve’, primero se lo construye, luego se identifican sus insignias, se lo diferencia y, finalmente, se procede a separarlo del resto de los ‘personajes’⁴².

Al mismo tiempo que se designan las figuras de la otredad (en este caso: el villano), se construye la rela-

por una finalidad práctica y un Código, un cuerpo de prescripciones morales cuyo rol fin[al] es vigilar (es decir, permitir y limitar) los desvíos del lenguaje pasional”. BARTHES, R., op. cit., pág. 10. Esta lógica es reeditada actualmente en seriales de televisión como Buffy, Angel, Dark Angel. En ellas los que encarnan el mal, son representados con cuerpos deformes, rostros desfigurados-deformados.

⁴² Remitimos una vez más al procedimiento de designación al que hemos hecho referencia antes.

⁴³ Este procedimiento se opera si se trata de un film, una película o un serial.

⁴⁴ Weber retoma y analiza, en *La ética protestante y el espíritu capitalista*, la ética calvinista y la doctrina de la predestinación por medio de las cuales el capitalismo, en su primera etapa, asocia el acceso a los bienes (entre ellos los económicos) con la bendición de Dios a los hombres buenos y justos... WEBER, Max., *La ética protestante y el*

ción entre el destinatario de la narración⁴³ y el villano. Relación basada en el desprecio. A través de la ironía, de la burla, de situaciones ridículas se lo deshumaniza, y se espera que el destinatario adhiera al desprecio. En esta relación se prefigura un final predeterminado (final que prevalece en la mayoría de las producciones cinematográficas y televisivas estadounidenses). En este desenlace el villano es vencido, derrotado, por el héroe de turno; por otro lado, y como consecuencia del presupuesto anterior, se justifica cualquier tipo de acción tendiente a vencerlo. Esto es posible porque se identifica al villano con el 'malo de la historia'. El villano es una identidad conminatoria, no puede no "ser el malo". Este es el rol que se le ha asignado en esta 'historia'. Este procedimiento opera un efecto de teleologización moralizante que opera a través de la identificación del villano con el 'malo de la película'. A su vez, implica una enseñanza moral: el bueno siempre gana o, si se prefiere –en términos de la ética protestante y el espíritu capitalista⁴⁴–, el que gana siempre es el bueno⁴⁵.

Este primer conjunto de signos que prefiguran la designación de la otredad se complementa con una gran variedad de otras insignias, entre las que mencionamos 'forajidos'; 'poco considerados con el mundo exterior', 'desafiantes y engreídos'; 'impotentes'; 'frustrados'; 'rematadamente radicales'; 'despiadados'; 'compañerismo siniestro'; 'tontos'; 'locos'. Éstas redundan en

espíritu capitalista, Barcelona, Península, 1992.

⁴⁵ Una estrofa del cancionero popular uruguayo deconstruye con belleza este efecto de sentido: 'los buenos y los malos no son cuestión de moral./ siempre han sido los buenos los que logran ganar'

⁴⁶ **Caricatura**, retrato, u otra representación, que exagera los rasgos físicos o faciales, o bien el comportamiento, la vestimenta o los modales característicos de un individuo, con el fin de producir un efecto grotesco. La caricatura (del italiano *caricare*, 'cargar', 'exagerar') puede ser también el medio de ridiculizar situaciones e instituciones políticas,

una retórica risible. Postulamos que, en cada una de ellas se agrega, suma, complementan, a través de un procedimiento de amalgamamiento, los rasgos de la 'gran caricatura'⁴⁶ de este otro que habita negativamente los discursos de *Time*.

El in-hóspito: el terreno y el forajido

El in-hóspito, el terreno y el forajido, se oponen aquí a lo doméstico y a lo docilizado. Lo in-hóspito se relaciona con la 'barbarie' y lo 'salvaje', índice del desierto⁴⁷, por oposición a lo civilizado, índice de la ciudad. Concebimos 'desierto', desde las tradiciones babilónicas, como el lugar donde habitan, la morada donde viven, los demonios. La civilización en Oriente es vista como una lucha contra el avance del desierto. En las tradiciones judeo-cristianas, es el desierto la morada donde habita la serpiente (y otros animales), el tentador, el enemigo: satanás, Azazel.

Lo inhóspito se nos configura, aquí, desde dos lugares: el terreno inhóspito y el forajido que lo habita.

[Afganistán] Es el terreno ideal para esconderse. Al igual que el paisaje del Oeste americano era idóneo para los legendarios bandidos del siglo XIX, el difícil terreno afgano está hecho a la medida del forajido que amenaza el comienzo del siglo XXI ("*Persecución en caliente*",

sociales o religiosas, y los actos de grupos o clases sociales.

⁴⁷ Ver SHĀRF Riwkah, "La figura de Satanás en el Antiguo Testamento", in JUNG, Carl, *Simbología del espíritu*, segunda reimpresión, México, Fondo de Cultura Económica, 1984, págs. 137 y sigs.

⁴⁸ Remitimos a la noción veroniana de 'sociedades industrializadas en vía de mediatización' y de 'ciudad'. Ver VERON, Eliseo, *El cuerpo de las imágenes*, ed. cit., págs. 15-42.

⁴⁹ Dedicamos en nuestra investigación un apartado que titulamos *El fanatismo invidente*. En este punto recogemos el procedimiento de diferenciación operado a partir de la oposición ciudad/desierto. Operación que se refuerza en la imagen caricaturesca de un personaje colectivo que, individualizado en Omar, 'demuestra poca consideración por el

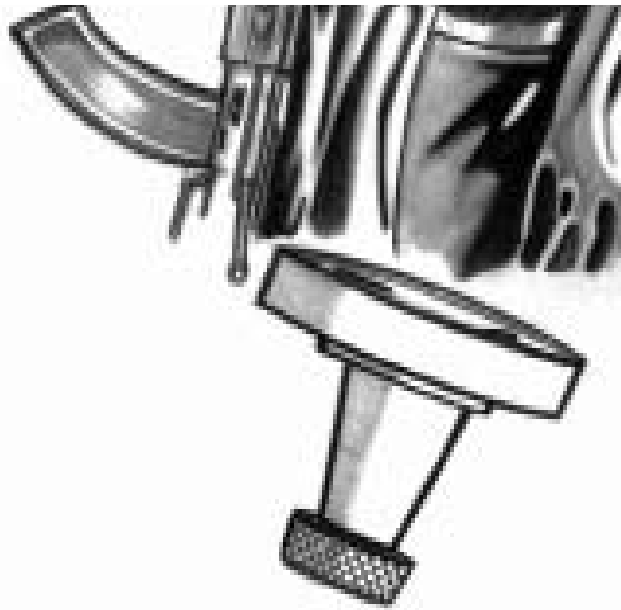


Lenguajes

3/10/01).

La asociación del terreno, de la topografía, con ciertos tipos de accionar corresponde a una visión política del mundo construida a partir de uno de los símbolos de las sociedades 'industrializadas en vía de mediatización': la ciudad occidental⁴⁸. 'El terreno ideal para esconderse' es un paisaje que no ha sido 'docilizado' y domesticado por el hombre, en él no hay huellas del 'proyecto civilizatorio', y por tanto, no se ajusta a las previsiones de 'lo normal' (que rige la ciudad). A dicho paisaje se le atribuye sentido de un terreno inhóspito (y, por tanto, hostil) para la persona de la ciudad. Al hablar de persona de la ciudad, nos referimos a los emplazamientos de la enunciación. En este caso tanto el 'destinatario' como el pro-destinatario son personas de 'ciudad'. Desde estos dos emplazamientos se construye sentido a la otredad en tanto identidad conminatoria en los discursos de esta Revista.

Afganistán es una tierra cautivadora de montañas altas,



valles profundos y amplias mesetas y, en todas sus dimensiones, parece hecha a pedir de boca para la guerra de guerrillas (“*Carta de Jabal-us-seraj*”, 3/10/01).

“Ambiente extraño y propicio para la emboscada” (“*La guerra al estilo afgano*”, 14/11/01).

“Terreno desolado y anárquico” (“*Trabajo en equipo*”, 23/11/01).

Allí habita, según el *Time*, el ‘forajido’. Figura, ésta, de la otredad que *Time* relaciona con los ‘legendarios bandidos del siglo XIX’ pero que, sin embargo, reenvía una nueva versión del bandido que cautivó las pantallas del cine y la televisión con los *Westerns* norteamericanos. La llamada ‘industria cultural’ norteamericana constituyó el estatus del ‘legendario bandido del siglo XIX’ a través de la discursividad, principalmente, cinematográfica y televisiva. En estos discursos se puso en juego la significación de la historia, la construcción de la nacionalidad, la ‘normalización ciudadana’ de los habitantes de los territorios del Lejano Oeste norteamericano, etc. La discursividad de *Time* pone en juego la tónica del ‘legendario Oeste’. Éste se constituye en un ‘lugar’ al que puede apelar con facilidad, el enunciador de la Revista *Time*, bajo la presunción de efectividad del efecto de

resto del mundo: “En un país donde no hay televisión y sólo existe radio musulmana, Omar demuestra poca consideración por el resto del mundo, que parece conocer poco (“*Club del odio*”, 7/11/01)”.

Jofré, J.L. *In-Justicia [In]Finita. O sobre la Imposibilidad de pensar la otredad*. La construcción discursiva de la ‘otredad’ en el acontecimiento del 11 de septiembre de 2001 en la Revista *Time*. Una aproximación sociosemiótica. San Luis, UNSL, 2002 (*mimeo*).

⁵⁰ De esta manera lo entendieron los creadores de seriales como el ‘Zorro’ y ‘El Llanero Solitario’, entre otros.

⁵¹ Dejamos abierto aquí otro recorrido de nuestra investigación que se entrecruza con la categoría del Derecho Romano *Homo Sacer*. Figura jurídica que no encuentra paralelo en otro derecho y que, es rehabilitado por la discursividad norteamericana que analizamos aquí. El referente de los actuales estudios sobre esta figura es Giorgio Agamben, quien ha publicado (en Pre-Textos, Valencia) tres ensayos dedicados al *Homo*

sentido que se procura construir⁴⁹.

Con estos reenvíos metonímicos se elucida ‘el sentido’ del ‘forajido’ y se elide que el bandido, que opera sinonímicamente, no admite una única significación, sino que es polisémico⁵⁰. Por este motivo el nuevo ‘forajido del siglo XXI’ es anclado como ícono del nuevo inadaptado social que requiere ser normalizado o, eventualmente, eliminado. Al mismo tiempo se elide cualquier vinculación de este forajido como un ‘nuevo justiciero’ que puede resultar tan aplaudido, admirado y proclamado por sus hazañas y proezas, como los legendarios ‘Zorro’ y ‘Llanero Solitario’.

Conclusiones [o sobre el extranjero desde siempre y para siempre]

Hemos analizado, hasta aquí, un conjunto de estrategias que, a nuestro entender, funcionan en la construcción discursiva de la otredad en la Revista *Time*. Este tipo de estrategias discursivas se inscriben en lo que denominamos “*retórica risible*”. Retomamos, en este apartado, algunos puntos para su consideración final.

Desde la *retórica risible*, *Time* designa la otredad a partir de estigmas leídos desde la ironía y la burla, construyendo de esta manera la descalificación del ‘otro’. Esta estrategia configura la otredad en tanto anormal e inadaptada social que, según *Time*, requiere ser sometida a procedimientos de normalización o, en el extremo de la imposibilidad, requiere ser ‘aniquilada’. Al hablar de procedimientos de normalización y de exterminio, hablamos de ‘la guerra’ declarada al ‘terrorismo global’ y la guerra de invasión a la que, Estados Unidos de Norteamérica, sometió a Afganistan.

En lo que respecta a los procedimientos de descalificación de la otredad, distintos atributos o estigmas son



discursivizados.

En primer lugar, los *defectos del cuerpo* son configurados como 'anormalidad estrafalaria'. Estos atributos designan la 'otredad' en tanto 'extraño'. A su vez, estos estigmas funcionan metonímicamente como índices de 'defectos morales'. De esta manera, los estigmas de los cuerpos configuran a la otredad como 'el malo del relato' que merece ser castigado por el 'bueno'. Figura, esta última, que coincide con el enunciador, *Time* y con sus destinatarios.

En segundo lugar, *el terreno y el forajido que lo habitan* son configurados como 'inhóspitos'. Esta marca con la que se *designa* la otredad está construida a partir de la antinomia *hospes/in-hóspito*. Estrategia que remite directamente a la cuestión del extranjero en tanto relación de enemistad (por contraposición a la amistad o alianza). De esta manera *Time* 'desplaza' relacionamente a la otredad fuera de todo pacto posible de hospitalidad. A su vez, naturaliza la condición de forajido al atribuir cualidades antropomórficas al 'terreno' o geografía en donde la otredad habita.

Entonces, de aspecto deforme y horrible, la otredad es caracterizada, por *Time*, peyorativamente. Este procedimiento de estigmatización apela al orden del miedo y la desconfianza. Así, impulsa, promueve e incita al rechazo y la aniquilación de la otredad.

De esta manera, la extranjería se torna 'bárbara', 'fuera-de-la-ley'⁵¹, imposibilitado de adherir a cualquier pacto. En consecuencia, en los discursos de *Time*, la otredad –tomando palabras de Derrida– “es el extranjero desde siempre, extranjero para siempre, muerto [o vivo] fuera de la ley, más allá de la ley, sin tierra ni tumba”⁵². Expulsado a la 'extranjería absoluta' que implica la supresión de todo derecho, de toda legalidad.



Los discursos del *Time* defienden y procuran imponer un

'orden político global', básicamente Norteamericano. Y como en la Antigua Roma, “el orden político justifica[ba] la guerra contra el enemigo desconocido [...] bárbaro primero e infiel más tarde”⁵³.

BIBLIOGRAFÍA

BATHES, R., *Investigaciones Retóricas I, La antigua retórica, Ayudamemoria*, Buenos Aires, Editorial Tiempo Contemporáneo, 1974, págs. 56-57.

_____, “Retórica de la imagen”, in *Communications*, núm. 4, París, Seil, 1964.

BAUDRILLARD, Jean y GUILLAUME Marc, *Figuras de la alteridad*, Taurus (La Huella del Otro), México, 2000.

BLÁNQUEZ FRAILE, Agustín, *Diccionario manual Latino-Español y Español-Latino*, Barcelona, Ramón Sopena, S.A., 1950. *Diccionario Latino-Español* [dos tomos], Barcelona, Ramón Sopena, S.A., 1961.

BERGUA, J. A., “Nosotros y los otros. Una aproximación

Sacer: “El poder soberano y la nuda vida”, “Estado de excepción” y, recientemente, “Lo que queda de Auschwitz: el archivo y el testigo”. También Slavoj Žižek, dedicó un interesante artículo en el que analiza la guerra y el enemigo desde la perspectiva del *Homo Sacer*. Cfr. “Are we in a war? Do we have an enemy? In *The London Review of Books*, vol. 24, núm. 10, 23 de mayo de 2002.

⁵² DERRIDA, Jacques y DUFOURMANENTELLE, Anne, *La hospitalidad*. Buenos Aires, Ediciones la Flor, 2000, pág. 75.

⁵³ HUBEŃAK, Florencio, *Roma, El mito político*, Buenos Aires, Ediciones Ciudad Argentina, 1997, pág. 104.

reflexiva”, in **Nómada** núm. 6, Universidad Complutense de Madrid, julio-diciembre de 2002.

CAYOTA, Mario, **Siembra entre brumas. Utopía franciscana y humanismo renacentista: una alternativa a la conquista**, Montevideo, C.I.P.F.E. 1990, págs. 525-526.

DERRIDA, Jacques y DUFOURMANENTELLE, Anne, **La hospitalidad**, Buenos Aires, Ediciones la Flor, 2000, pág. 75.

FILINICH, María Isabel, **Enunciación**, 1º edición, 2º reimpresión, Buenos Aires, EUDEBA, 1999, pág. 42.

FORSTER, R., “¿Kosovo?... yo argentino”, in **Pensamientos de los confines**, núm. 6, Bs. As., Paidós, Primer Cuatrimestre, 1997, pág. 35.

GOFFMAN, E., **Estigma. La identidad deteriorada**, Buenos Aires, Amorrortu editores, 1995, pág. 11.

HUBEÑAK, Florencio, **Roma, El mito político**, Buenos Aires, Ediciones Ciudad Argentina, 1997, pág. 104.

MARAFIOTI, Roberto, (Comp.), **Recorridos semiológicos**, Bs. As., Eudeba, 1998, pág. 133.

SHÄRF Riwkah, “La figura de Satanás en el Antiguo Testamento”, in JUNG, Carl, **Simbología del espíritu**, segunda reimpresión, México, Fondo de Cultura Económica, 1984, págs. 137 y sigs.

SIMÓN, Gabriela en **Gente como uno o de la imposibilidad de pensar(nos) ciudadanos: sobre los reality shows (Argentina-2001)**. Ponencia en el Encuentro Argentino de Carreras de Comunicación Social, “Medios de comunicación, sociedad y participación ciudada-

na”, 3-4 de octubre de 2002, Olavarría, Buenos Aires.

_____, **“Cuerpo y subjetividad en narrativas mediáticas”**, Tesis de Maestría en Socio-semiótica, CEA, UNC, Córdoba, abril de 2002 (inédito), pág. 23.

VERON, Eliseo, **El cuerpo de las imágenes**, ed. cit., págs. 15-42.