

La estrategia del “cacerolazo” como dinámica de complejidad en los procesos de cohesión y articulación social en Chile: práctica semiótica y significación estratégica¹

The strategy of the “cacerolazo” like dynamics of complexity in the processes of cohesion and social joint in Chile: semiotic practice and strategic significance.

Recibido: 11-04-2016 – Aceptado: 11-05-2016

Raúl Bendeú Untiveros²

Resumen

La presente ponencia realiza un estudio comprensivo de la acción social denominada “cacerolazo”. Esta es una manifestación comunitaria que corresponde a la experiencia vivida en torno al incremento de la delincuencia y la desprotección civil en la ciudadanía del Chile actual. Se postula el “cacerolazo” como una práctica semiótica para comprender la dinámica de producción de sentido y significación estratégica en el marco de las relaciones de co-construcción que la Nueva Teoría Estratégica (NTE) plantea desde el concepto de *homo relatio*, el cual explica la cohesión social como un fenómeno de construcción de las relaciones sociales en las sociedades latinoamericanas contemporáneas. Se trata de una propuesta metodológica desde la SemioEstrategia de la comunicación que vincula la NTE y la semiótica del discurso.

Palabras clave

Cohesión social, Nueva Teoría Estratégica, mediatización, práctica semiótica, significación estratégica.

Abstract

This presentation realizes a comprehensive study of the social action called “cacerolazo”. It is a question of a community manifestation that it corresponds to the experience lived concerning the increase of the delinquency and the civil vulnerability in the citizenship of the current Chile. The “cacerolazo” is postulated as a semiotics practice to understand the dynamics of production of sense and strategic significance in the frame of the relations of co-construction that the New Strategic Theory (NTE) raises from the concept of *homo relatio*, which explains social cohesion as a phenomenon of construction of social relations in contemporary Latin American societies. It is a question of a methodological offer from the SemioEstrategia of the Communication that it links the NTE and the semiotic of the discourse.

Keywords

Social cohesion, new strategic theory, mediatization, semiotics practice, strategic significance.

¹ Artículo resultado de investigación sobre la Nueva Teoría Estratégica (NTE).

² Comunicador Social. Magister en Lingüística y Consultor Senior e Investigador en Proconsul-Chile. Académico universitario y consultor profesional en análisis de comunicaciones públicas, branding organizacional y gestión de comunicaciones estratégicas. Autor de diversas publicaciones sobre la NTE. Desarrolla el modelo de análisis y diagnóstico de estrategias de comunicación denominado SemioEstrategia de la Comunicación, que articula los postulados de la NTE y de la Semiótica del Discurso.

Correo electrónico:
raul.bendezu.u@gmail.com

Imagen 1
“Cacerolazo” contra la delincuencia en Chicureo,
Santiago de Chile (Agencia UNO)



Fuente: www.soychile.cl, 1 de julio de 2015

El “cacerolazo” como práctica de cohesión social mediatizada

Al escuchar o leer la expresión “cacerolazo” viene a la mente de los ciudadanos chilenos y sudamericanos, la alusión a una acción que consiste en golpear “cacerolas” no solo como una expresión sonora, ni una expresión coloquial, sino como la expresión de un estado de percepción social en torno a un conjunto de acontecimientos propios del contexto social inmediato, como es el descontento social de la ciudadanía.

Se considera a Chile como la cuna del “cacerolazo”, pues se recuerdan las protestas sociales entre los años 1971 y 1973 contra el gobierno de la Unidad Popular. Protestas que estuvieron motivadas por la deficiente situación social y económica por la que pasaba el país, que

se veía acrecentada por la mala administración del gobierno correspondiente a la época, la ineptitud de los directivos gubernamentales y la escasa eficiencia en la administración del abastecimiento de bienes para la población. Estas protestas se realizaban por el golpeteo de cacerolas como expresión de descontento.

En tanto relación simbólica puede describirse de acuerdo con un modelo retórico que produce un efecto de tipo metonímico, como es el siguiente:

cacerola → instrumento de cocina → sensación de desprotección alimentaria → vida en peligro → inseguridad → desconfianza social.

La inserción cultural del fenómeno del “cacerolazo” en Chile queda registrada en

el Diccionario de Uso del Español de Chile (DUECH) que le atribuye un lugar léxico como parte de la lengua española de Chile. El DUECH (2010) señala que se trata de un sustantivo masculino definido como “protesta en que se hacen sonar cacerolas y otros artefactos de cocina” (p. 136).

Ello, institucionaliza una categoría lingüística que expresa un concepto cultural reconocido por su uso en la sociedad chilena contemporánea, en cuanto representación simbólica de un estado social de descontento, desprotección e inseguridad civil.

En propiedad, el fenómeno social conocido como “cacerolazo” es la manifestación de una acción social en y desde los medios de comunicación. Van a ser los medios de comunicación quienes intervienen en la generación de la expresión en torno a una acción ejecutada por un colectivo de personas.

Esta práctica mediática o proceso de *mediatización* (Verón, 1999), relaciona tríticamente a los *media* (masivos y digitales), a las instituciones sociales y a las personas civiles individuales y/o relacionadas en colectivos.

Se puede considerar el “cacerolazo” como un fenómeno social mediatizado, el cual se *semiotiza* (o se le atribuye un valor de sentido y significación) como parte de un discurso perteneciente al ámbito de la acción de los medios de comunicación social o *mediatización*, cuya organización se puede explicar de la siguiente manera:

- *Media* (medios masivos de referencia: prensa gráfica, televisiva, radial; y medios digitales: redes sociales, prensa digital).
- *Instituciones sociales* (clase gobernante: gobierno central, gobierno local, agentes políticos y gobierno de turno).

- *Colectivo social* (organización civil: comunidades regionales, barriales, comunales).

Esta tríada se articula de acuerdo con un proceso de cohesión social, pues más allá de la referencia incidental –informar en los medios–, del incidente mismo –marcha en forma de conglomerados humanos–, se trata de un fenómeno que expresa el estado del tejido social cuyo matiz semiótico (de sentido social) es la insatisfacción con la clase gubernamental, la sensación de desprotección ciudadana y la manifestación de indignación, es decir, un estado de desconfianza civil con la clase gobernante y las instituciones de gobierno.

En la actualidad, para el ciudadano chileno promedio las marchas sociales forman parte de su experiencia de convivencia social cotidiana. Estas se han incrementado desde el año 2006 como instrumento de expresión del descontento respecto a la educación: la marcha de los “pingüinos” (estudiantes chilenos); las marchas de los pueblos originarios: para la reivindicación de la nación mapuche; las marchas de la marginación de las minorías sociales: marchas de grupos gays, animalistas, ambientalistas, entre otros; y aquellas marchas aisladas sobre la sensación de desazón política: las marchas de colectivos laborales y trabajadores organizados.

En esa línea de manifestación social, los “cacerolazos” son pequeñas marchas de grupos de personas que habitan en sectores particulares (como el caso de sectores de clase media alta) cuya percepción de desprotección social los hace expresarse para mostrar ese sentimiento social compartido. Van a ser los *mass media* y los medios digitales quienes se van a encargar de reportear y de difundir, respectivamente, dichas acciones sociales civiles.

Así, a partir del año 2013 y con mayor frecuencia en el año 2015, en el contexto del incremento de la delincuencia en Chile,

las marchas comunitarias conocidas como “cacerolazo” se instituyen en la expresión de la sensación de desprotección ciudadana. Van a ser diversos conglomerados sociales agrupados en diferentes sectores comunales, especialmente de comunas correspondientes a las clases medias, quienes promueven acciones de “cacerolazos” como medio para expresar la sensación de desprotección ciudadana ante la ola

de asaltos a viviendas, el robo de automóviles y la violencia de ciertos individuos que no logran ser reprendidos eficientemente por el sistema judicial chileno. Las convocatorias a estos eventos se realizan a través de redes sociales (*Twitter, Facebook, blogs*). La cobertura mediática de la prensa (en forma de *media event*) se realiza en directo por la televisión y la radio, y *on line* en *blogs* y prensa digital.

Imagen 2
Diversas imágenes de convocatorias
en redes sociales (parte superior)
y de cobertura periodística en medios masivos
chilenos (parte inferior)



Fuente: imágenes compiladas de diversas fuentes digitales



Fuente: www.chilevision.cl y www.lared.cl

El “cacerolazo” puede ser observado como una modalidad de cohesión social en la medida que se instala como un fenómeno de la realidad institucional *mediatizada*. La dinámica *media*/instituciones de gobierno/individuos, alcanza un nivel de cohesión social pues ella permite evidenciar una *praxis* cuyo estatuto está en la dinámica de la *mediatización* tal como se ha bosquejado líneas atrás. Cohesiona a individuos organizados en torno a una sola expectativa valórica: la percepción de desprotección e inseguridad civil ante actos delincuenciales que se han incrementado en el último año en Chile.

En las ciencias sociales, el término “cohesión social” alude a un estado de consenso entre los miembros de un grupo o comunidad social, así como la percepción de pertenencia que reconocen los miembros de una colectividad. Así, este término expresa el sentido de unidad, de identidad respecto a un referente institucional que da una perspectiva valórica y de *significatividad*¹ a las acciones que se ejecutan.

Para la sociología (Dubet, 2013), la “cohesión social” corresponde al sentido de pertenencia con relación al grado de consenso

entre los integrantes de una comunidad. De acuerdo con la interacción social que se realice al interior de un grupo social, se generará un grado de cohesión –mayor o menor– que expresa la identidad al interior de dicho grupo. Dichas formas de interacción implican acciones sociales, las cuales se integran a discursos sociales que son las modalidades de expresión de acuerdo con diferentes signos, palabras, imágenes, gestos u otros recursos. Ello genera una dinámica valórica de confianza que se ha vinculado al concepto de capital social.

El grado de cohesión social depende del equilibrio entre las expectativas de los miembros de una comunidad y las normativas institucionales capaces de gratificar dichas expectativas. Así, la desigualdad social, el incumplimiento de promesas políticas, la inadecuada aplicación de regímenes de orden público, entre otros, son algunos de los fenómenos que desencadenan estados de no cohesión social, los que se pueden traducir en demandas, denuncias o insatisfacción social.

Una comunidad se cohesionan en la medida que se reconocen los lazos que unen a sus integrantes respecto del proceso de equilibrio que se ha señalado. Así, en la dinámica de cohesión social entre gobernantes y gobernados, se percibe la justicia a través del cumplimiento de expectativas y cuando las decisiones de los dirigentes toman en cuenta las inquietudes de los ciudadanos. En tal sentido, producto de dicha dinámica, el conjunto social sentirá deseos de luchar por defender el interés común.

En términos generales, se puede afirmar que la “cohesión social” es un intangible específico a todo grupo social. “La noción de capital social es el núcleo de una teoría latente de la cohesión social, en cuanto el capital se conecta a redes sociales” (Dubet, 2013, p. 174).

El concepto de capital social, intrínseco a la cohesión social, desarrolla virtudes sociales como la confianza, la tolerancia, la aptitud

para relacionarse, y en el caso en estudio, la congregación alrededor de un interés común que es lo que configura a las redes sociales prácticas vivencializadas en la *mediatización* coyuntural y digitalizada.

Es un intangible, un valor simbólico del capital social, pues se trata de un intermediario en la medición del impacto comunitario para el crecimiento social que emerge de la generación de un proceso de significación asociado a las acciones realizadas, a los signos expresados y a los discursos ejecutados para evidenciar dicha dinámica. La confiabilidad social (o *fiducia*) es el intangible que da solvencia a los procesos de cohesión social. Sin aquella no se realiza ésta.

En investigaciones sobre la cohesión social en América Latina (Barba, 2011), se reconoce un carácter polémico a este concepto a partir de un factor esencial: “la tendencia que prevalece a asociar este concepto con una idea de armonía social que resulta inaceptable en el contexto latinoamericano caracterizado justamente por enormes desigualdades, una pobreza masiva y procesos históricos (y otros nuevos) de exclusión sociocultural” (p. 69).

Aunque se trate de un problema conceptual, las evidencias prácticas señalan que:

El concepto de cohesión social se refiere a la naturaleza (en nuestros días hablaríamos de características) de los vínculos sociales que permiten a los individuos experimentar un sentido de pertenencia social (en diversas escalas), confiar en los demás (confianza horizontal), reconocer la legitimidad de la sociedad y confiar en sus instituciones (Barba, 2011, p. 71).

¿Por qué el “cacerolazo” se postula como un fenómeno de cohesión social? Específicamente se debe señalar, de acuerdo con lo que se plantea desde la sociología, que se trataría de un fenómeno de anti-cohesión social, puesto que se cohesionan alrededor de valores negativos. No obstante, aquello que cohesionan es

aquello que conceptualmente parece separar a las sociedades. Por lo tanto, es un fenómeno de cohesión social pues organiza un nivel de percepción vivido desde los *media* y desde la experiencia compartida en redes sociales, con lo cual se produce un sentido socialmente vivido, una significación estratégicamente organizada.

En tal sentido, en el ámbito del “cacerolazo”, los vínculos sociales experimentados por los individuos los hacen compartir una experiencia negativa respecto de su convivencia social y de la percepción sobre la seguridad ciudadana acerca de la aplicación de valores superiores –como la vida y la seguridad personal–, esto se generaliza socialmente a través del proceso de mediatización señalado anteriormente. Ello vincula y genera las redes sociales alrededor de un antivalor producto de la experiencia negativa.

Por su parte, la *mediatización* de la cohesión social gira alrededor de una dinámica de intangibles donde la confianza está en la relación con el otro con quien se comparte el conflicto o un antivalor, como la desprotección civil y el temor por el riesgo de la vida. Además, la mediatización generaliza la percepción en diferentes sectores sociales, esto es, en quienes leen los medios masivos o participan en redes sociales como *Twitter*, *Facebook* o *blogs*.

La práctica de cohesión social radica en la unicidad en torno a la percepción de antivalores a través del proceso de mediatización, con lo que se completa el círculo de generación de desconfianza –producto de los antivalores indicados– en el quehacer de las instituciones gubernamentales. La solución no es reprimir ese proceso de mediatización, ni intervenir el mismo proceso en su punto más frágil como son las instituciones de gobierno, se trata de comprender esa dinámica y las instituciones del gobierno redefinir su nivel de participación para reorientar los antivalores.

La Nueva Teoría Estratégica (NTE) propone que uno de los cambios en el concepto de

estrategia es el paso del conflicto a la articulación social. Se reconoce la trama social como una trama relacional, donde la comprensión es valorizada como una actitud propia a la cohesión social. Así, lo que aparece como un conflicto de intereses es parte inherente de la dinámica de cohesión y articulación social de una comunidad. Comprender el conflicto de intereses es una manera de identificar la creatividad de formas de cohesión social más complejas que el equilibrio idealizado por la concepción sociológica convencional y por las teorías sociales de la estrategia (Pérez, 2012).

El “cacerolazo” como práctica semiótica de cohesión social significativa

Hoy la comunicación exige que sea comprendida en su complejidad. Se trata de un proceso que no excluye, sino que complementa: la actividad de transmisión o transferencia de información, la actividad de participación o interacción complementarias, la actividad de creación y aceptación de creencias, y la actividad de eficacia cognitiva o de confiabilidad, cuya base es la generación de sentido respecto de las relaciones sociales en la convivencia. Se puede postular que estas actividades se complementan en tanto prácticas de producción de sentido y de significación, esto se postula como una *práctica semiótica* (Fontanille, 2014).

Una *práctica semiótica* está asimilada a una práctica de lenguaje –verbal, visual, multimodal, etc.–, por tanto, produce sentido articulado, esto es, produce significación manifestada en un texto y reconocido como discurso en tanto genera articulaciones con diferentes dimensiones de la significación que depende de intervenciones como la de la mediatización. Así, una *práctica semiótica* se organiza de acuerdo con el uso de un lenguaje, y porque significa una situación y la transformación de las acciones que involucran a la misma. “El curso de la acción transforma,

en suma, el sentido puesto en la mira por una práctica en significación de esa misma práctica” (Fontanille, 2014, p. 15).

Siguiendo a Fontanille (2014), se puede explicar el “cacerolazo” como *práctica semiótica* pues se caracteriza por la relación establecida por la acción en curso: golpetear cacerolas y provocar ruido, y por los valores suscitados que hacen posible ese curso de acciones: descontento, desprotección ciudadana. Este autor plantea que la experiencia práctica es vivencial e instala una escena práctica que es valorada (aquí antivalores), lo que da lugar a una coyuntura de tipo situacional que corresponde a la gestión estratégica de la práctica donde se muestran gráfica o visualmente los comportamientos estratégicos (aquí los objetivos que ponen en evidencia, con la conducta del “cacerolazo”, una sensación de descontento o desprotección ciudadanas), los cuales van a finalizar en una forma de vida que es el *ethos* y comportamientos sociales que generan.

En este estudio, se trata a la cohesión social en el marco de la dinámica de antivalores (para las instituciones formales), que va a dar lugar a diferentes estilos estratégicos, los que van a permitir sus prácticas estratégicas como prácticas semióticas o de producción de sentido o, más exactamente, de significatividad relacional. Para analizar dicha práctica se asume la perspectiva del análisis del discurso formal, no estrictamente textual, ya que no se analizan unidades de registro lingüístico, sino unidades de significatividad acerca de la dinámica de su propia y particular práctica de cohesión social.

Así, la construcción conceptual de la *práctica semiótica* establece una coherencia epistemológica con la propuesta paradigmática desarrollada por la NTE en el concepto de *homo relatio*. Este conjunto conceptual se postula la *significatividad relacional* como eje conceptual.

De acuerdo con esto se plantearían los siguientes componentes del concepto de comunicación:

Comunicación

Discurso || Práctica Semiótica || Estrategia de Acción || Valores de comportamiento social (*ethos* social).

Con estos planteamientos se puede proponer la siguiente definición: *la comunicación es una práctica de producción de sentido accional cuya estrategia se basa en valores de significatividad relacional, esto es, genera una significación estratégica.*

En el caso estudiado podemos considerar que se trata de un proceso de comunicación conocido y propuesto como *comunicación sensible*, cuya finalidad es orientar en asuntos de alta complejidad social que pudieran provocar crisis sociales (Westphalen & Libaert, 2011), los que reflejan el estado de una situación o un comportamiento social orientado estratégicamente.

Este comportamiento social se desarrolla en el marco de relaciones entre personas según una realidad cambiante gracias al desarrollo de las tecnologías de la comunicación, el rol y el uso que las personas hacen de estos recursos y las diversas modalidades de intercomprensión (objetivo cognitivo de la comunicación) que dan lugar a sociedades abiertas en las cuales se han multiplicado los emisores y se han diversificado los intereses y preocupaciones frente a la actividad de las instituciones sociales, los que van a complejizar la dinámica de la *mediatización*.

Entendiendo que la comunicación es una acción cooperante, ésta se sustenta en un

nivel de confiabilidad sobre “la palabra del otro” (Greimas & Courtés, 1982). Confiar en la palabra de otro, en una dimensión interactiva, es la esencia de la comunicación, puede ser resultado de un proceso argumentativo y retórico que es persuasivo y manipulatorio².

Para la teoría de la argumentación, la interacción retórica compromete juicios de valor (*ethos*), usos de lenguajes (*logos*) y acciones del auditorio (*pathos*), cuya finalidad es dar un lugar al sujeto en la comunicación que participa (Meyer, 2013). La estrategia de comunicación argumentativa se realiza en el marco de la comunicación mediatizada para articular el juego estratégico cuya finalidad es convocar a los individuos a expresarse sobre un valor presentado (en este caso un antivalue), el cual va a escenificarse en opiniones (comentarios en redes sociales) y acciones consecuentes (marcha como la que se denomina “cacerolazo”). Esta dinámica estratégica busca crear lazos de conocimientos compartidos entre las personas y las organizaciones sociales comprometidas.

Por otro lado, el ser humano debe creer para dar sentido a aquello que sabe. La creencia es el soporte de todo conocimiento y sobre todo de la comunicación. No basta con saber, hay que creer.

Dicha dinámica está semiotizada³ en diversas acciones de comunicación cuya finalidad es consolidar una comunicación cultural donde los contenidos comunicados son valores y no meros datos informacionales.

Así, se establece una dinámica de flujos de sentido y de significación a modo de fuerzas simbólicas que comprometen el entendimiento, la intercomprensión y la inteligibilidad de la comunicación, pues entender el decir de alguien no consiste solo en reconocerlo, sino en asumirlo como creíble no por o en sí mismo, sino como se va co-construyendo significativamente entre los actores involucrados por la comunicación. A ello la semiótica del discurso denomina “flujos

atencionales” que constituyen en el discurso las condiciones de una *significación sensible* cuya base es una significación afectiva y emotiva (Fontanille, 2001).

La atención es el sustrato significativo de la sensibilidad que es en propiedad una tensión, puesto que vamos co-construyendo la significación y la sensibilidad. Lo que comunicamos va más allá de los conceptos, de las ideas o de los contenidos, va hacia la co-construcción de confianza. Creer en lo que dice una organización es una parte, la otra es hacer propia dicha creencia y materializarla en conductas de acción y en la toma de decisiones para aceptar y ser parte activa de la construcción del sentido social de una organización. Este es el nivel de *fiducia* en toda práctica de comunicación estratégica.

El concepto semiótico de *fiducia* nos invita a reflexionar sobre el rol de la nueva estrategia de comunicación propuesta por la NTE a través del postulado según el cual una estrategia genera *significatividad relacional*.

Creer en ese destinatador, fuente de los valores, es el acto por el que se inicia, localiza y consolida la existencia semiótica. Creer es crear los seres mismos del sentido. El creer funda la *fiducia* como vínculo. Crea las plazas de los ‘jugadores’. Instaura la categoría *destinador/destinatario*; crea, instituye, la red de intercambios y proyecta, en términos polémicos, la categoría *antidestador/antidestinatario*. No se trata, pues, de un objeto que circule entre los actantes de la comunicación (o roles significativos de los participantes de la actividad de comunicación), sino del principio mismo que los instituye como tales (Quezada, 2009, p. 90).

En el caso del “cacerolazo”, el destinatador es fuente de valores que generan cohesión coyuntural en tanto se comparte la percepción de un antivalue, y el antidestador está en la instancia de las instituciones de gobierno, pues genera los antivalue.

Estos antivalores son la desprotección civil y la inseguridad, no encarnada por quienes los provocan (los malhechores o delincuentes), sino por quienes no toman decisiones políticas para aplacar dicho estado de percepción del clima ciudadano.

El “cacerolazo” como *práctica semiótica* reproduce una dinámica de complejidad relacional (*homo relatio*) de orden bidireccional entre la esquematización y la alteridad, entre la programación y el ajuste, donde la cohesión social se presenta como un proceso de producción de significación entre el discurso como práctica enunciativa y como práctica de articulación social. En dicha dinámica, el discurso social de la cohesión social aparece como una puesta en práctica de escenas sociales, estrategias y valores de *significatividad relacional*.

En tanto *práctica semiótica* se pretende comprender la complejidad estratégica de los procesos de cohesión social en situaciones de conflicto de intereses, específicamente en situaciones de manifestación de la insatisfacción social que es parte de la propia naturaleza de la complejidad de los procesos estratégicos en las sociedades actuales.

SemioEstrategias de la Comunicación del “cacerolazo”

Para el análisis de la *práctica semiótica* del “cacerolazo” se identificarán los niveles de pertinencia de esta práctica (Fontanille, 2014) y la estructuración del juego relacional de los actores de la significación como los valores de significación estratégica (Bertin, 2007). Con dichos modelos se identificarán las condiciones de comunicación (de tipo formal a nivel del discurso social realizado) de la *significatividad relacional* en el caso estudiado.

A estas condiciones las podemos denominar “redes de sentido y significación” o “plataformas de significación estratégica”. La comprensión paradigmática del “cacerolazo” se

localiza en el marco de la semiótica del discurso que describe las escenas prácticas y sus estrategias (Fontanille, 2014; Bertin, 2007). Esta comprensión paradigmática se instala en el ámbito del modelo *SemioEstrategia de la Comunicación*, desarrollado por el autor, cuyas fuentes son: la NTE con el concepto de *homo relatio* como proceso interpretativo o hermenéutico y, la semiótica del discurso para el análisis de la significación como proceso semiótico de *significatividad relacional* o de *significación estratégica*.

Se van a analizar comprensivamente las redes de significación valórica que se comunican, a modo de *significación estratégica*, sobre el “cacerolazo” en tanto *práctica semiótica*. Esta consiste en una dinámica que va de la programación mediatizada a la programación creativa y realizada. Estas son dos dinámicas del discurso social de la cohesión y la articulación social. En ellas se realizan una dinámica bidireccional entre la esquematización y la alteridad, entre la programación y el ajuste, donde la cohesión social se presenta como un proceso de producción de significación entre el discurso como práctica enunciativa y como práctica de articulación social.

Es decir, el “cacerolazo” se programa desde la instancia de la *mediatización* y como práctica eventual se ajusta o adapta a las exigencias de su realización factual (en el día y la hora que se realiza). La *mediatización* desde las redes sociales expresa la actividad de la programación estratégica, la *mediatización* desde los *mass media* realiza la actividad de cobertura informativa o de relato evenimencial (relato sobre los hechos acaecidos en la marcha) y la marcha propiamente dicha responde a los ajustes factuales (esto es, quiénes y cuántos participaron, dónde y cómo se realizó).

Los niveles de pertinencia (Fontanille, 2014) de la *práctica semiótica* “cacerolazo” mediatizada corresponden a planos de experiencia en torno a la generación de valores de sentido

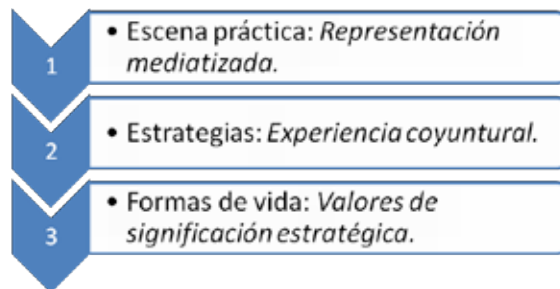
y de significación a través del uso de diversos signos y lenguajes. Dichos niveles de pertinencia se organizan según tres planos y se aplican en el caso estudiado de la siguiente manera:

- a) El de la *escena práctica*: referido a la producción e interpretación de la significación en el marco de una interacción comunicativa. Corresponde a los textos periodísticos y textos digitales (titulares, fotografías, videos, testimonios en *blogs* y en redes sociales digitales) que hablan del “cacerolazo” como un evento convocado y como un evento sucedido cuando se informa sobre su realización de acuerdo con un lenguaje periodístico o un lenguaje coloquial. Es la *representación mediatizada*.
- b) El de las *estrategias*: según el cual cada escena práctica debe acomodarse a otras escenas prácticas, lo que da lugar a una experiencia de coyuntura. Es cuando la práctica semiótica “cacerolazo” se evidencia como “experiencia constatable en la realidad”. Corresponde al uso social del “cacerolazo” como marchas colectivas o como sensación del clima social de la actualidad nacional, que se expresa como una experiencia de descontento e insatisfacción social, el ruido acústico y la presencia de carteles con expresiones sobre el hecho. Es la *experiencia coyuntural*.
- c) El de las *formas de vida*: es subyacente al de las estrategias, dan lugar a estilos de vida, a rituales sociales correlativos a un estado de cohesión social en torno a un valor social superior presentado como negativo. Corresponde al descontento social, a la indignación ante la delincuencia, a la desprotección ciudadana por parte de las instituciones gubernamentales,

como antivalores. Es la *significación estratégica* que tipifica socialmente al “cacerolazo”.

Esto lo podemos graficar de la siguiente manera:

Imagen 3
Niveles de pertinencia de la práctica semiótica “cacerolazo”



Fuente: elaboración propia, a partir de Fontanille (2014)

De acuerdo con el concepto de *significatividad relacional*, estos tres niveles de pertinencia corresponden a los valores de sentido correspondientes:

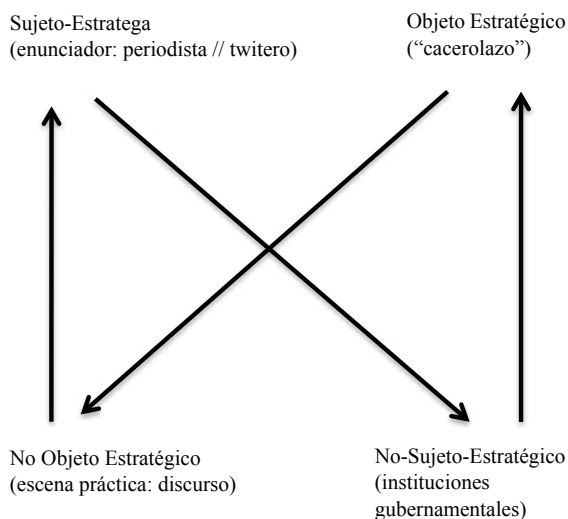
1. Evento (convocatoria factitiva, es decir, que busca argumentar y persuadir sobre la necesidad de realizarlo).
2. Cohesión emotiva: desprotección ciudadana (es el valor que genera cohesión social).
3. Expectativa civil defraudada (valor factitivo, que es un valor de cohesión ciudadana, en tanto cohesionada a partir de un sentimiento compartido, aunque este sea negativo).

La estructuración del juego relacional de los actores de la significación como los valores de significación estratégica (Bertin, 2007) de la *práctica semiótica* “cacerolazo” mediatizada se representan en las relaciones formales de sentido de acuerdo al *cuadro semiótico*⁴. Aquí se van a realizar dos cuadros semióticos.

El primer *cuadro semiótico* representa las relaciones de significación estratégica que vinculan dos términos estratégicos: el sujeto estratega es quien asume la iniciativa intencional en torno a las acciones de “cacerolazo”, ya sea como convocante o como participante; y el objeto estratégico es el que corresponde a la experiencia coyuntural del “cacerolazo”. Los términos superiores del cuadro son las cualidades manifestadas intencionalmente. Los términos inferiores del cuadro son las cualidades no manifestadas intencionalmente. Entre ellas se establecen relaciones de significación de la escena estratégica, ya que la relación sujeto/objeto se inscribe en el marco de la intencionalidad comunicativa de la acción.

Las relaciones entre sujeto (estratega) y objeto (estratégico) se relacionan positiva y negativamente, y se implican inferencialmente para mostrar la dinámica de realización del conocimiento sobre la comunicación estratégica y su sentido en el ámbito del “cacerolazo” como fenómeno de cohesión social. El esquema es el siguiente:

Imagen 4
Estructuración de la comunicación estratégica según cuatro actores de la significación relacional

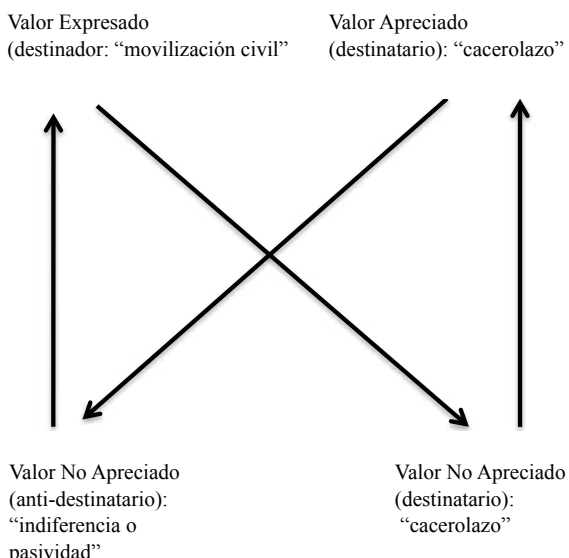


Fuente: elaboración propia, a partir de Bertin (2007)

El segundo *cuadro semiótico* representa las relaciones correspondientes a la significación estratégica, es decir, configuran las redes de relaciones propias al *ethos* de la *práctica semiótica* del “cacerolazo”. En este cuadro se representa la dinámica de los valores (positivos) y los antivalores (negativos) que permiten explicar el capital social intangible (significacional), que fundamenta la cohesión social acerca del “cacerolazo”.

El eje superior es manifestado/apreciado, es decir, el valor entregado por el destinador-enunciador (convocante) y el valor presentado o percibido por el destinatario-enunciario (participante). El eje inferior es del mismo tipo manifestado/apreciado, pero de tipo negativo que corresponden a la intención implicada por la experiencia coyuntural del “cacerolazo” en tanto opciones activas y/o pasivas en la realización del evento. Por su parte, las flechas verticales que van en dirección de abajo hacia arriba representan la relación de implicación inferida en la dinámica de la coherencia valórica de la significación estratégica. El esquema correspondiente es:

Imagen 5
Estructuración de la coherencia valórica de la significación estratégica



Fuente: elaboración propia.

Conclusiones

Con los dos últimos esquemas es posible establecer un doble recorrido comprensivo del “cacerolazo” como fenómeno de cohesión social: por un lado, de evaluación, con el cual se puede analizar las modalidades de significación intencional de la *práctica semiótica* “cacerolazo”; y por otro lado, de gestión, con el cual se puede identificar las modalidades de relación valórica que hacen posible reconocer el sentido de la presentificación de antivalores en la ciudadanía, y la instancia en la cual se pueden diseñar nuevas estrategias de significación con el fin de recuperar gradualmente la confianza puesta en crisis en el ámbito de la cohesión social.

La razón de esta constatación se basa en el concepto de *fiducia* que está en la base de las relaciones intersubjetivas de credibilidad que dan base al *homo relatio* como concepto eje de una nueva teoría estratégica aplicada a la comunicación.

Con la perspectiva de *práctica semiótica* se pretende comprender la comunicación estratégica en los siguientes aspectos:

La complejidad de la estrategia en el marco de la cohesión social, ya que intervienen dinámicas discursivas de generación de un conjunto de significaciones estratégicas en torno a una experiencia socialmente vivida por un grupo de individuos.

La complejidad de la estrategia de comunicación mediática que hace relevante un hecho para dar lugar a un sentido de cohesión social en el marco de la generación de valor, esto es, de confiabilidad en torno al quehacer de las autoridades sociales en el Chile actual.

La naturaleza de la articulación social actual, que pone en práctica el lugar social en relación con el lugar mediático con el cual se conecta.

La estrategia como proceso de acomodación que va de la programación de un discurso mediático a la creatividad o ajuste de las conductas comunitarias, con lo cual toda actividad humana es estratégica y se activa en la articulación entre los dos procesos de acomodación de la significación estratégica.

Notas

¹ Esta es una categoría semiótica (de sentido y significación) y estratégica (de valor prospectivo y cohesivo) que describe la significación atribuida a una decisión individual o colectiva, da cuenta de la calificación o interpretación semántica que se atribuye a un clima social o personal, a un estado de ánimo individual o colectivo, por ejemplo: apreciar el estatus social, manifestar una sensación de satisfacción, indiferencia o insatisfacción. Más adelante se postulará la *significatividad relacional* como concepto para comprender la producción de sentido como práctica semiótica en el marco de las relaciones de interacción social entre los individuos de una comunidad.

² Desde la semiótica del discurso se puede plantear que existen al menos cuatro dimensiones interactivas de la comunicación: la dimensión factual o informativo-referencial; la dimensión factitiva o persuasivo-manipulatoria; la dimensión fiduciaria o de confianza valórica mutuamente compartida, de tipo sensible; y la dimensión de presentificación o de percepción sobre el sentido de la presencia de otro en la relación interactiva.

³ Nos referimos a los procesos de significación realizados por textos y discursos producidos por las organizaciones sociales que son prácticas de lenguajes naturales (idiomas), lenguajes secundarios (medios de comunicación), lenguajes artificiales (instrumentos de intervención social o herramientas de acción comunicacional) y lenguajes del mundo natural (rituales de interacción como conversaciones, eventos o seminarios). El uso de esas prácticas de lengua-

je o prácticas semióticas es complementario o alternativo, no necesariamente consecutivo.

⁴ El *cuadro semiótico* es un modelo de representación de los tipos de relaciones existentes entre dos términos. Ha sido desarrollado en la semántica estructural por A. J. Greimas y aplicado por sus seguidores de la Escuela Semiótica de París. Representa las relaciones semánticas esenciales en una dinámica de valores de significación realizados en un discurso particular, en este caso la práctica semiótica “cacerolazo”. Se representan dos tipos de relaciones de oposición que entran en juego en todo discurso: la relación privativa o contradicción (unión de flechas oblicuas que cruzan el esquema), y la relación cualitativa o contrariedad (eje superior: positivo; y eje inferior: negativo), complementados por un tercer tipo de relación deíctica o implicativa (verticales izquierda y derecha). Se puede afirmar que la representación del *cuadro semiótico* permite visualizar las relaciones de significaciones relevantes o predominantes en un discurso que definen su nivel de coherencia o textura discursiva.

Referencias

- Barba, C. (2011). Revisión teórica del concepto de cohesión social: hacia una perspectiva normativa para América Latina. En C. Barba & N. Cohen (Coords.), *Perspectivas críticas sobre la cohesión social: desigualdad y tentativas fallidas de integración social en América Latina* (pp. 67-83). Buenos Aires: CLACSO-CROP. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/clacso/crop/BarbaSolano-Cohen.pdf>
- Bertin, E. (2007). *Penser la strategie dans le champ de la communication: une approche sémiotique. Actes Sémiotiques, 110*. Recuperado de: http://epublications.unilim.fr/revue_s/as/73
- Duech. (2010). *Diccionario de uso del español de Chile*. Santiago: MN Editorial Ltda.
- Dubet, F. (2013). *El trabajo de las sociedades*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Fontanille, J. (2001). *Semiótica del discurso*. Lima: FCE; Universidad de Lima.
- Fontanille, J. (2014). *Prácticas semióticas*. Lima: FCE; Universidad de Lima.
- Greimas, A., & Courtés, J. (1982). *Semiótica. Diccionario razonado de la teoría del lenguaje*. Madrid: Gredos.
- Meyer, M. (2013). *Principia Rhetorica. Una teoría general de la argumentación*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Pérez, R. (2012). *Pensar la estrategia*. Buenos Aires: La Crujía.
- Quezada, O. (2009). Fiducia: Algunos de sus rituales. *Contratexto. Revista de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Lima, 17*, 87-102.
- Verón, E. (1999). Semiosis of mediatization. En C. Mendes & E. Rodriguez (Eds.), *Media and social perception* (pp. 458-474). Río de Janeiro: UNESCO-ISSC-EDUCAM.
- Westphalen, M., & Libaert, T. (2011). *Communicator. Toute la communication d'entreprise*. Paris: Dunod.