

Aplicación de la metodología de mitosistemas para la identificación de mitos y representaciones en Medios de Comunicación¹

Grace Stefanello²
Universidad Complutense de Madrid

Alberto de Francisco³
Universidad San Pablo CEU de Madrid

Resumen:

Hay acuerdo sobre los mitos como representaciones en los MCM pero no se ha desarrollado una metodología que permita su identificación fehaciente. A ello contribuye su supuesto carácter inflexible como forma de expresión no racional. Consideramos posible su identificación, y por extensión de las representaciones, mediante metodología estructuralista, de la teoría social de la comunicación y análisis lógico-estadístico (análisis de mitosistemas). En la tesis de la coautora se demuestra la presencia de mitos concretos en las noticias en prensa sobre la Amazonía en 1984 y en 1994 en Brasil. En esta comunicación se avanza resultados para el año 2004.

Keywords: teoría de la comunicación, mitos; representaciones; análisis de contenido.

1. El estudio del mito en los medios de comunicación

Los mitos son representaciones privilegiadas por su permanencia en el tiempo. Como forma de expresión privilegiada de las sociedades postindustriales los MCM deben ser expresión privilegiada del pensamiento mítico. Como la sociedad actual “posee sistemas de ajuste más eficaces que (...) la sociedad feudal” (Martín Serrano, 1977: 39) la expresión del pensamiento mítico no puede realizarse únicamente mediante mitos o narraciones, sino mediante discursos periódicos. Además cualquier relato tenga o no voluntad artística, puede utilizar los mitos y por tanto ser *mitopoético*.

La llamada *mitología* mediática puede reforzar en el imaginario colectivo el reconocimiento y la representación de los símbolos y arquetipos que han contribuido a edificar la sociedad y el conocimiento, o sustituirlos por estereotipos provenientes de la cultura de masas.

¹ Trabajo presentado al NP Teoria da Comunicação do VI Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom.

² Grace Stefanello Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas por PUC/RS y Doctora en Sociología de la Comunicación por la UCM, investigadora colaboradora en el Núcleo de Investigación de la Facultad Cambury. gstefanello@hotmail.com

³ Alberto de Francisco, Licenciado en Imagen Visual y Auditiva y Doctor en Ciencias de la Información por la UCM. Profesor colaborador de la USP CEU de Madrid. Consultor independiente en Medios de Comunicación. Socio de la Consultora de Comunicación Jinete Lógico entre 1998 y 2004. Colaborador de la sección de Televisión del diario *Qué*. afrancisco.fhm@ceu.es

Tanto Roland Barthes, Georges Friedman y Edgar Morin desde el Centro de Estudios de la Comunicación de Masas (CECMAS) en los sesenta (los *apocalípticos*) como diversos teóricos de la *research communications*: Daniel Bell, Paul F. Lazarsfeld, Robert Merton y otros (los *integrados*) han realizado análisis en este sentido. Este hecho ya había sido profetizado por la Escuela de Frankfurt (Theodor Adorno y Max Horkheimer [1947]1994) al estudiar la gran influencia de las modernas industrias culturales (Espinosa, 2003).

Existen muchos procedimientos validos para relacionar los mitos con los MCM, desde metodologías hermenéuticas (así abordan la publicidad Eduardo Bohoyo Díaz (2000)⁴, José Luis León (2001)⁵ o Víctor Mendoza (2003)⁶) hasta las procedentes de la lingüística (las de Barthes (1957) o Moles(1990)). Barthes analiza en *Mitologías* (1957) un fenómeno que denomina *mito* que tendría su origen en los MCM. Hace un análisis del imaginario social desde un punto de vista semiológico. A propósito de la prensa Eliade recogía en 1963 un ejemplo de creación de mito por los periódicos: la mitificación de personalidades, caso del político Bigy Muldoon transformado en un héroe mítico, primero, y un bribón después ([1963]1999: 177). Jordi Berrio (2000: 101) mantiene que la “*fabulació mítica*” continua presente en las producciones culturales características de nuestra época, las elaboradas por las industrias culturales, pero no analiza mitos, sino *cierto carácter mítico de la realidad*, “fabulación mítica” referida a las mitificaciones de personajes, del vehículo, del *western*, de los famosos... Luiz Gonzaga Motta (2003) llama la atención sobre la posibilidad de una lectura mítica de la información, centrando su atención en el periodista, el lector y el lenguaje periodístico. Plantea este estudio a partir de una pragmática de este lenguaje y de un análisis inspirado en la antropobgía literaria, pero centrando la atención en el individuo.

2. Premisas necesarias a una nueva metodología de análisis

2.1.- Que no sea hermenéutica-interpretativa:

Muchos estudiosos del mito dan por supuesto que “toda interpretación del mito constituye un inicio de aniquilamiento del mito, es decir, de desmitologización” (Duch, 1998: 203). Para Karl Jaspers, Mircea Eliade, Hans Blumenberg, Joseph Campbell, Rollo May y Lluís Duch, entre

⁴ El autor constata que “nuestro pensamiento esta vinculado por un mismo proceder simbólico en el que topos y mitos se recrean continuamente en el imaginario.”

⁵ Para este autor la publicidad se mueve entre los polos apolíneo y dionisíaco.

otros, los mitos encierran un significado inescrutable que sólo pueden expresar los propios mitos. Por ello son frecuentes las hermenéuticas que ofrecen resultados de calidad pero requieren una amplia erudición y conocimiento de los mitos.

2.2.- Que sea reproducible - que pueda ser falsada en sus conclusiones:

Una metodología interpretativa no es reproducible ni falsable en sus conclusiones. Se podrá proponer otra interpretación, pero sin la presencia de un método no se podrá decidir la pertinencia de una u otra. Es necesario un método que al ser reproducido por otro investigador llegue a las mismas conclusiones. Se trata de validar no una interpretación determinada, sino una metodología.

2.3.- Que no desaproveche estudios anteriores.

Todos los estudios realizados sobre MCM y mitos no pueden ser descartados sin más. Es necesario plantear una metodología que pueda aprovechar estos resultados.

3. Concepto de mito

En el concepto *ómnibus* de mito distinguimos por un lado mitologema y por otro formas de representación mítica. Guardamos el significante mito para referirnos exclusivamente a los mitos orales o que fueron orales: por ejemplo los mitos clásicos griegos. Un mito es por tanto sólo una de las formas de representación mítica. Sin embargo la mayoría de los estudiosos lo utilizan para referirse a un mitologema.

4. Conceptos y definiciones de mitologema

Mitologema es un término griego recuperado por C. G. Jung y C. Kerényi ([1948]1983): *“Il mitologema è un materiale mitico che viene continuamente rivisitato, rimodellato e plasmato, come un fiume di immagini senza fine”*. Para Durand (1996) el mitologema es aquella pregunta que se plantea el ser humano y que no tiene respuesta científica. Mitologemas fundamentales serían para este autor, por ejemplo: los de la Vida, el Amor, el Sufrimiento y la Muerte. Los mitos son relatos simbólicos que intentan dar respuesta a los mitologemas.

El diccionario *De Mauro* de idioma italiano define:

⁶ Argumenta a favor de una supuesta “racionalidad mítica” y de una “racionalidad científica”, y de la necesidad de situarlas al mismo nivel. Para este autor la racionalidad mítica es, simplificando, el *mythos*.

1. *nucleo mitico originario, di cui i singoli miti tradizionali sono varianti o sviluppi.*
2. *idea, formula o dottrina che, per la particolare forza con cui si manifesta e si impone, assume valore di guida e di stimolo politico o sociale*⁷.

En Brasil el concepto mayoritario es también el original de Kerényi y Jung:

*“Mito é, pois, uma representação coletiva, transmitida através de várias gerações e que relata uma explicação do mundo (...) Mitologema é a soma dos elementos antigos transmitidos pela tradição”*⁸.

Por tanto un mitologema es la reformulación de un mito en sus elementos básicos, genéricos, originarios. Acordes en parte con el concepto de Kerényi y Jung, nuestro concepto estaría en la terminología de Durand entre su concepto de mitologema y de patrón mítico (1996). Un modelo mítico (a medio camino entre el arquetipo y el estereotipo) que al ser expresado mediante formas de representación mítica es utilizado por una sociedad. En la teoría de la mediación (Martín Serrano, 1997) los mitologemas serían componentes del modelo de orden de la realidad social. En la teoría Social de la Comunicación (1986, 1993, 2004) serían sistemas de referencia, representaciones colectivas muy estables, modelos parciales de representación del mundo, teorías de la sociedad, visiones del mundo en suma. Pero estos conceptos no son subsumidos por el de mitologema, pues hay representaciones y sistemas de referencia que no lo son por ser recientes o poco estables.

5. Forma de representación mítica

Utilizando una expresión de Martín Serrano proponemos que la categoría que incluya a todas las expresiones de los mitologemas sea la de “forma de representación mítica” (1977: 53). El mito oral como forma de representación mítica privilegiada ha desaparecido de la sociedad industrial avanzada, en lo que concordamos con Lèvy-Strauss⁹. Sin embargo otras formas de representación mítica, como posiblemente las leyendas urbanas, la creación literaria y audiovisual, y el periodismo, siguen expresando con fuerza los mitologemas del momento. De lo dicho se desprende que una expresión de un mitologema, una forma de representación mítica, puede utilizar cualquier forma de expresión, y no tiene que ser creada con referentes de ficción. El periodismo (tanto el escrito como el audiovisual u oral) y las leyendas urbanas se refieren a hechos reales o supuestamente reales, y lo mismo los milagros populares para sus creyentes. Por

⁷ Puede consultarse en la dirección de Internet: <http://www.demauroparavia.it>

⁸ Puede consultarse en la dirección de Internet: <http://www.mundodosfilosofos.com.br/mito.htm>

⁹ Lèvy-Strauss indica que música y literatura cumplen ahora la función del mito no porque sean míticas sino porque efectúan en el pensamiento las funciones del mito en las sociedades ágrafas ([1978]2002).

otra parte la narración no tiene que ser la parte relevante para una forma de representación mítica, pues las narraciones periodísticas en sí camuflan al mitologema.

Una enumeración incompleta de las Formas de Representación Mítica sería: mitos orales, cuentos, narraciones de ficción, narraciones de supuesto trasfondo histórico, narraciones religiosas, milagros, leyendas, leyendas urbanas¹⁰, relatos periodísticos, videojuegos... siempre y cuando expresen algún mitologema. En la teoría de la mediación es una forma de pautar la mediación que transmite una significación. Para la teoría social de la comunicación es una estructura comunicativa bajo la forma de un producto comunicativo.

6. Mitemas

El creador de este concepto fue Lèvy-Strauss ([1955]1987), si bien otros autores lo han adaptado a su metodología. Así, Durand considera que los mitemas “pueden ser acciones expresadas por verbos, situaciones “actanciales”: relaciones de parentesco, rapto, homicidio, incesto..., o incluso por objetos emblemáticos: caduceo, tridente, doble hacha, paloma...” (1996: 163). Vierre los considera los “elementos míticamente significativos” (1993: 54), ya sean situaciones, elementos o personajes. Bartra utiliza la palabra mitema de manera equívoca pues lo divide en “versiones”, caso del mitema “primitivismo” (2000: 74). En Brasil el concepto de mitema remite a los mitologemas, no a los mitos: *“Mitologema é a soma dos elementos antigos transmitidos pela tradição e mitema as unidades constitutivas desses elementos”*¹¹.

Es la unidad mínima con significado que constituye un mitologema. Estos mitemas pueden ser encontrados así mismo en las formas de representación mítica, pues están expresando mitologemas. Un mitema es una dicotomía, una oposición, que puede tener gradaciones. En la teoría social de la comunicación serán las variables de contenido de los mitologemas.

7. Propuesta para identificar contenidos míticos en los medios de comunicación

La metodología de análisis propuesta permite identificar posibles mitos, y por extensión representaciones, en el discurso de los MCM. Para ello buscamos los mismos mitemas en los discursos en prensa y en los mitologemas, y así podemos compararlos y llegar a medir cuál es el grado de cercanía entre los discursos míticos manifiestos (formas de representación míticas,

¹⁰ Las leyendas urbanas responden a los miedos individuales y colectivos (Brunvand, 2002).

¹¹ Puede consultarse en la dirección de Internet: <http://www.mundodosfilosofos.com.br/mito.htm>

discursos de los MCM en nuestro caso) y latentes (mitologemas, habitualmente llamados mitos). Aportamos el desarrollo realizado por la autora en su tesis sobre los contenidos de la prensa brasileña sobre la Amazonía en 1994 (Stefanello, 2006), y comparamos estos últimos con el avance de los resultados del nuevo análisis para 2004. Nuestra metodología permite trabajar en el estudio de un tema complejo: “identificación de uno o más mitos en un discurso periodístico”, dividiéndolo en los siguientes estudios parciales:

7.1. Análisis de la mediación cognitiva

Para ello nos servimos de la metodología de análisis de contenido desarrollada por la Teoría Social de la Comunicación (Martín Serrano, 1986: 156-162, 1993: 141-147, 2004: 205-212). Partimos del análisis de los discursos manifiestos en prensa y realizamos una descripción del proceso de mediación cognitiva, también llamado de mitificación. Este proceso se ha realizado en Stefanello (2006) para 1994, y como primera aproximación se ha realizado esta descripción para una muestra aleatoria de 81 noticias sobre la Amazonía de los diarios *Folha de São Paulo* y *O Estado de São Paulo* durante 2004.

7.2. Propuesta de mitologemas

A partir de los valores de estas categorías se hace una primera propuesta aproximativa de uno o más mitologemas (análisis del discurso latente). Para ello recurrimos al corpus conocido de mitos. Para 2004 estos mitologemas (mitos) propuestos son “Apocalipsis” y “Milenario ecológico”. Además utilizamos los correspondientes al año 1994, “El Buen Salvaje”, “El Paraíso”, y “Robinson Crusoe”.

7.3. Identificación de mitemas descriptivos

Identificamos los mitemas descriptivos en él o los mitologemas propuestos. Esta identificación se realiza a partir de un análisis detallado de la bibliografía existente en los estudios e investigaciones en el campo de la antropología cultural y estudios afines, mediante la teoría general de jueces.¹² (Ver Tabla 1.)

7.4. Identificación de mitemas en las noticias

Identificamos estos mitemas en cada noticia (o forma de representación mítica). Este estudio se está desarrollando en estos momentos por los coautores.

¹² Consultar la bibliografía para conocer los autores considerados.

Tabla 1. Valores de los mitemas para los mitologemas y para el discurso en prensa en 1994

+	MITEMAS	-	Robinson Crusoe	El Buen Salvaje	El Paraíso	1994	Apocalipsis Milenario	Milenarismo Ecológico
	Escasez	Abundancia	+	Ø	-	+	Ø	+
	Naturaleza	Civilización	+	+	+	+	Ø	+
	Peligro	Seguridad	+	-	-	+	+	+
	Recompensa Naturaleza	No Recompensa Naturaleza	+	+	+	+	Ø	-
	Castigo Naturaleza	No Castigo Naturaleza	+	-	-	+	Ø	+
	Recompensa Vital	Recompensa Material	+	+	+	+	+	Ø
	Regenerador	Degenerador	+	+	+	+	+	-
	Regreso	No Regreso	+	Ø	-	+	Ø	Ø
	Traslado	No traslado	+	-	+	+	Ø	Ø
	Respeto	Explotación	+	+	+	+	Ø	-
	Descubre	No Descubre	+	-	+	-	Ø	Ø
	Coloniza	No Coloniza	+	-	-	-	Ø	+
	Amigo	Enemigo	+	+	+	+	-	-
	Bueno	Malo	+	+	+	+	+	-
	Generoso	Egoísta	+	+	+	+	-	-
	Salvaje	Civilizado	-	+	Ø	Ø	-	-
	Violento	No Violento	+	-	-	-	+	-
	Propia	Compartida	+	+	-	Ø	-	-
	Sujetos	Familia	+	-	Ø	+	Ø	Ø
	Soledad	Compañía	+	+	-	+	-	-
	Heroico	Cotidiano	+	-	Ø	-	+	Ø
	Realista	Ingenuo	+	-	Ø	+	+	-
	Vestido	Desnudo	+	-	-	-	Ø	Ø
	Esfuerzo Estancia	No Esfuerzo Estancia	+	-	-	Ø	Ø	Ø
	Espacial	No Espacial	+	-	+	+	-	-
	Voluntad de Llegada	No Voluntad Llegada	-	Ø	+	+	Ø	Ø
	Aventura	Tranquilidad	+	-	-	Ø	+	+
	Trabajador	Hedonista	+	-	-	Ø	+	-
	Recompensa Individual	Recompensa Grupo	+	+	-	-	-	-
	Sacrificio	No Sacrificio	+	Ø	Ø	+	+	+
	Sacrificio Vital	Sacrificio No Vital	-	Ø	Ø	-	+	+
	Sacrificio Físico	Sacrificio Emocional	+	Ø	Ø	Ø	+	+
	Renovación	Destrucción	+	Ø	+	+	+	-
	Renovación Traumática	Renovación No Traumática	+	Ø	-	-	+	Ø
	Recompensa divina	No Recompensa Divina	Ø	Ø	+	Ø	+	Ø
	Castigo divino	No Castigo divino	Ø	Ø	-	Ø	+	Ø
	Proactivos	Reactivos	+	-	-	+	-	+
	Diacrónico	No diacrónico	+	-	-	+	+	+
	Culpa	Inocencia	+	-	-	+	+	+
	Culpa propia	Culpa ajena	+	Ø	Ø	-	-	+
	Culpa individual	Culpa colectiva	+	Ø	Ø	-	-	-
	Culpa de los más	Culpa de los menos	Ø	Ø	Ø	-	+	-
	Tribulaciones	Satisfacciones	Ø	-	-	Ø	+	+
	Ruptura	Continuidad	+	-	-	+	+	+
	Progreso	No progreso	+	-	-	Ø	-	-
	Éxito	Fracaso	+	+	+	+	+	-
	Sacrificio voluntario	Sacrificio obligatorio	-	Ø	Ø	+	-	-
	Global	No global	-	-	+	Ø	+	+
	Prohibición	Permisibilidad	-	-	-	+	Ø	+
	Profético	No profético	-	-	Ø	-	+	+
	Inexorabilidad	No inexorabilidad	-	-	-	-	+	-
	Redención de la Culpa	No redención de la Culpa	+	-	-	Ø	+	+
	Condicional	Definitivo	-	-	-	+	+	+

7.5. Análisis lógico y estadístico.

Describimos el grado de identificación entre la forma de representación mítica (discurso manifiesto) y los mitologemas propuestos (discurso latente). Para ello recurrimos a dos herramientas de análisis que nos permiten validar los resultados al ser complementarios:

-Un análisis lógico mediante diagramas Booleanos y matrices.

Al comparar los mitemas correspondientes al discurso manifiesto y al discurso latente estos podrán:

-Ser exclusivos. Aparecer en un discurso pero no en el otro.

-Estar compartidos por ambos discursos. En este caso podrán tomar:

-Los mismos valores del mitema.

-Los valores opuestos del mitema.

-Un análisis estadístico utilizando dos herramientas:

-Escalamiento multidimensional.

Para ello se realiza un análisis métrico transformando las coincidencias en valores numéricos. Obtenemos la distancia euclídea entre las posiciones de los discursos manifiestos y latentes. Es decir el grado de similitud entre los mitologemas y los discursos manifiestos. Esto nos permitiría desechar mitologemas muy alejados y por tanto difícilmente expresados en estos discursos. (Ver Tabla 2.)

Tabla 2. Distancias euclídeas entre mitologemas y el discurso manifiesto de 1994.

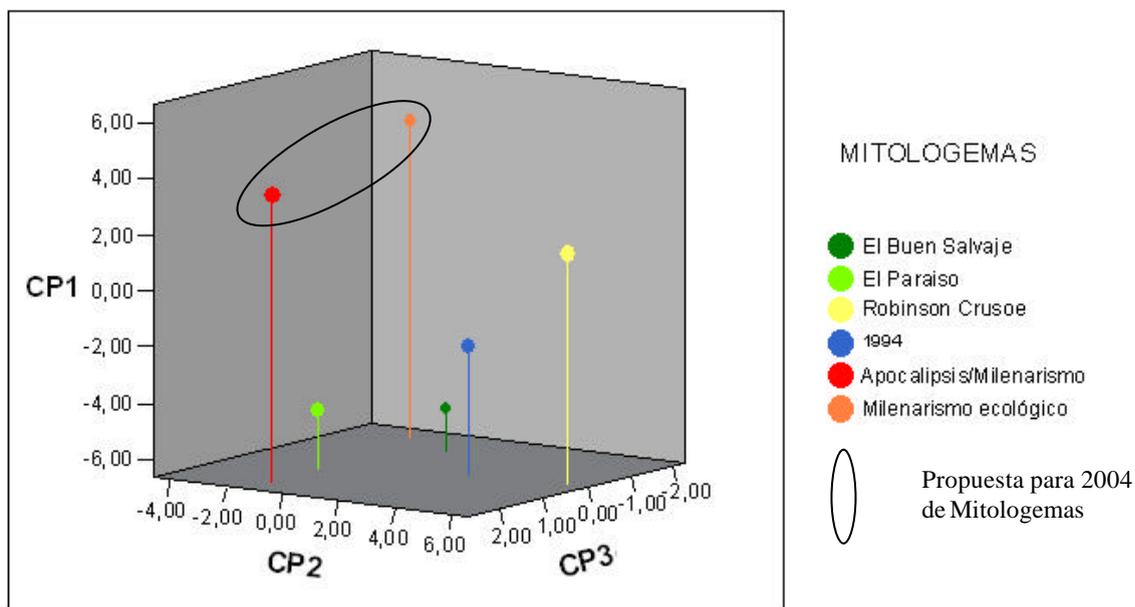
Distancias	Robinson Crusoe	El Buen Salvaje	El Paraíso	1994	Apocalipsis/Milenarismo	Milenarismo ecológico
Robinson Crusoe	0,00	0,87	1,00	0,81	1,14	1,10
El Buen Salvaje	0,87	0,00	0,53	0,79	1,29	1,48
El Paraíso	1,00	0,53	0,00	0,75	1,04	1,38
1994	0,81	0,79	0,75	0,00	1,06	1,06
Apocalipsis/Milenarismo	1,14	1,29	1,04	1,06	0,00	0,68
Milenarismo ecológico	1,10	1,48	1,38	1,06	0,68	0,00

En el caso de estudio comprobamos que el discurso de 1994 se encuentra más próximo a los mitologemas considerados en Stefanello (2006) que a los mitologemas propuestos para 2004. Por otra parte comprobamos que los mitologemas milenaristas se encuentran muy alejados de esos mitologemas vigentes en el año 1994.

-Análisis de componentes principales.

Mediante ese análisis definimos los ejes ortogonales (perpendiculares) que describen la máxima distancia entre la posición de los mitologemas (la máxima diferencia). A los Componentes Principales las llamaremos los mitemas compuestos ya que cada uno se describe como la suma de factores a partir de los mitemas originales, a los que denominaremos mitemas descriptivos. De este modo obtendremos una descripción de los mitologemas considerados atendiendo a sus diferencias y podremos evaluar no sólo el grado de similitud, sino el carácter de esta similitud. (Ver Gráfico 1.)

Gráfico 1. Representación de los mitologemas analizados y la posición manifiesta en prensa de 1994 según los tres primeros Componentes Principales.



Los Componentes Principales (o Mitemas Compuestos, MC) pueden ser descritos enumerando los mitemas.¹³ Así el primer MC se puede enumerar, de mayor a menor peso en la definición, como: redención de la culpa, aventura, peligro, culpa, ruptura, diacrónico,

¹³ Cada Componente Principal se calcula a partir de la suma de factores de los mitemas.

tribulaciones, condicional, egoísta, enemigo, castigo de la naturaleza, coloniza, civilizado, violento, explotación, recompensa de la naturaleza, prohibición, proactivo, profético, esfuerzo en la estancia, vestido, escasez y heroico. Los mitologemas de Milenarismo ecológico, del Apocalipsis/Milenarismo y de Robinson Crusoe tienen valores altos de ese MC, que podríamos resumir (perdiendo información) como “posibilidad de castigo o redención de las tribulaciones y la culpa (una civilización violenta y explotadora) a través de una peripecia esforzada y peligrosa”. El Buen Salvaje y El Paraíso tienen valores negativos de este MC, que podemos definir como “situación estable de tranquilidad, seguridad e inocencia, donde no hay necesidad de redimir ninguna culpa por el carácter generoso, amigable, respetuoso y no violencia”.

El segundo MC se enumera como: progreso, soledad, propia, no global, no sacrificio vital, no profético, recompensa individual, trabajador, espacial, amigo, generoso, definitivo, esfuerzo en la estancia, vestido, regreso, voluntad de llegada, realista, recompensa de la naturaleza, respeto, proactivo, prohibición, renovación traumática y sujeto. Sólo Robinson Crusoe tiene valores altos de este MC. Se puede parafrasear como “el progreso a través del individuo en soledad, trabajador, generoso, esforzado y realista, que obtiene una recompensa individual de la naturaleza”. Los otros mitologemas presentes tienen valores neutros o bien negativos, parafraseados como “recompensa profética a un grupo (no derivada del progreso) por un sacrificio vital, para compensar una situación hedonista y egoísta”.

El tercer MC se compone de la suma de factores de los siguientes mitemas: realista, renovación, inexorabilidad, recompensa del grupo, trabajador, culpa ajena, culpa de los más, reactivo, bueno, regenerador, éxito, heroico, recompensa divina, culpa colectiva, abundancia, violencia, compartido, compañía. Apocalipsis/Milenarismo, y en menor medida El Paraíso, toman un valor alto en este Mitema Compuesto que parafraseamos como: “una recompensa divina e inexorable al grupo, que está libre de una culpa colectiva de la mayoría”. El Milenarismo Ecológico y toman valores negativos relevantes, “por unos pocos culpables hedonistas amenaza la degeneración y destrucción global”.

Si se confirmara la hipótesis de que el discurso manifiesto sobre la Amazonía se ha trasladado en el 2004 a las inmediaciones de los mitologemas propuestos, este se habría producido por la emergencia del primer Mitema Compuesto. Por tanto se cumpliría que “a los sueños utópicos [El Buen Salvaje, El Paraíso] sigue la conciencia apocalíptica [Apocalipsis/Milenarismo y Milenarismo ecológico]” (Stefanello, 2006: 203)

8. Fases de la metodología

Resumimos las fases de nuestra metodología:

1.-Describimos el proceso de mediación cognitiva (mitificación) de uno o más discursos, mediante categorías.

2.-A partir de los valores de estas categorías, propuesta de uno o más mitologemas.

Estas dos primeras fases son comunes a cualquier metodología de análisis. Todas ellas realizan un análisis de contenido tras el cual proponen los *mitos* que consideran presentes.

Por eso nuestra metodología podría ser aprovechada para retomar esos estudios.

3.-Identificación de mitemas descriptivos en la propuesta de mitologemas.

4.-Identificación de mitemas descriptivos en un discurso manifiesto (forma de representación mítica).

5.-Descripción del grado de identificación entre la forma de representación mítica (el discurso manifiesto) y los mitologemas propuestos (el discurso latente) mediante los mitemas compuestos.

9. Conclusiones

-Esta metodología denominada análisis de mitosistemas parte de metodologías contrastadas (estructuralista y de análisis de contenido de la producción social de la comunicación) y de herramientas de análisis validadas (análisis lógicos y estadísticos).

-Permite aprovechar los resultados de anteriores investigaciones y avanzar en sus resultados, de forma que se puedan retomar las investigaciones.

-Permite identificar fehacientemente la presencia de mitologemas y por extensión de representaciones sociales en los discursos de los MCM al evaluar el grado de identificación entre el discurso de los MCM y las representaciones, entre el discurso manifiesto y el discurso latente.

Esto permite:

-Realizar análisis comparativos entre dos o más discursos.

-Realizar análisis diacrónicos entre dos o más momentos.

-Posibilita la elaboración de un censo de mitologemas y representaciones, y de mitemas descriptivos. Como consecuencia de esto cada nuevo estudio que utilice esta metodología podrá utilizar los estudios anteriores, aprovechando la descripción de representaciones y el censo de mitemas.

-Esta metodología puede ser perfeccionada depurando el análisis de contenido. Esto permitirá una identificación directa de los mitemas descriptivos en un discurso manifiesto. Pero ello sólo será posible con la elaboración de un censo de mitemas descriptivos que, se considere, describa cualquier contenido mítico.

-Posibilitará la elaboración de una clasificación de representaciones sociales atendiendo a características susceptibles de ser valoradas y medidas: su permanencia en el tiempo y su extensión en la sociedad.

Por último cabe señalar que tras toda nueva metodología de análisis de la realidad subyace la posibilidad de una nueva teoría de la realidad. Una nueva metodología descubre cosas nuevas que tienen que ser explicadas por una nueva teoría, que a su vez permitirá dar nuevas explicaciones a hechos ya conocidos. En este caso contamos con una herramienta que permite examinar cómo evoluciona el uso de representaciones como transmisoras de significado, de sentidos estables. Las representaciones son cúmulos de sentido que permanecen en el tiempo gracias a que son utilizadas por la sociedad. El hecho de que hasta el momento no se hayan utilizado herramientas que permitan su análisis comparativo es lo que ha sugerido que hayan sido descritas en compartimentos estancos denominados arquetipos, mitos, estereotipos, prejuicios, preconcepciones, conceptos e ideas, entre otras. El individuo y la sociedad son productores de significados, de explicaciones, de sentido, en una palabra: de orden. Esta producción de sentido y de orden opera de manera continua y acumulativa a través de representaciones, que podrán ser individuales o colectivas, de vida efímera o imperecedera. Su análisis y comprensión está a nuestro alcance.

Bibliografía

- ACEVEDO M. C.** (1993)[2002] *Mito y conocimiento*. México. D.F.: Universidad Iberoamericana.
- ADORNO, T. y HORCKHEIMER, M.** [1947](1994) *Dialéctica de la ilustración. Fragmentos Filosóficos*. Madrid: Trotta.
- AINSA, F.** (1992) *De la Edad de Oro al Dorado génesis del discurso utópico americano*. México: Fondo de Cultura Económica.
- ALPHANDÉRY, P. et al.** (1982) *O equívoco ecológico: riscos políticos*. São Paulo: Brasiliense.
- ALVARADO, M. R.** (1998) "Mitos e información: geografía fantástica y primeras apreciaciones del continente americano". *Revista Latina*. Universidad de la Laguna. Agosto 1998. n. 8.
- BARTHES, R.** [1957](1983) *Mitologías*. Barcelona: Siglo XXI.
- BARTRA, R.** [1992](1996) *El salvaje en el espejo*. Barcelona: Ediciones Destino.
- (1993) "Salvajismo, civilización y modernidad: la etnografía frente al mito" en *Alteridades*, v.3 n. 5.
- (1997) *El salvaje artificial*. Barcelona: Ediciones Destino.

- _____ (2000) “El método en la jaula: ¿cómo escapar del círculo hermenéutico?” *Anàlisi*, n. 24, pp. 71-78.
- BAUZÁ, H. F.** (1993) *El imaginario clásico: Edad de Oro, Utopía y Arcadia*. Santiago de Compostela: Universidad de Santiago de Compostela.
- BECKER, B. K.** [1990](1996) *Amazônia*. São Paulo: Ática.
- BERRIO, J.** (2000) “La vigencia del mito en la cultura contemporánea” *Anàlisi*, n. 24, pp. 93-105.
- BENAYON, A.** (1998) *Globalização versus desenvolvimento*. Brasília: LGE.
- BENCHIMOL, S.** (1992) *Amazônia: a guerra na floresta*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- BENKO, G. B.** (1999) “Espacio de las representaciones, representaciones del espacio: una relectura sobre el imaginario”. *Economía, Sociedad y Territorio*, v. II, n. 6, pp. 261-275.
- Se puede consultar en:
www.cmq.edu.mx/documentos/Revista/revista6/est64.pdf
- BERRIO, J.** (2000) “La vigencia del mito en la cultura contemporánea”. *Anàlisi*, n. 24, pp. 93-105.
- BIRD, E. y DARDENNE, R. W.** (1999) “Mito: registro e «estórias»: explorando as qualidades narrativas das notícias” En: Traquina, N. (comp.) *Jornalismo: Quesotes, teorias e «Estórias»*. Lisboa: Ed. Vega. pp. 263-277.
- BOHOYO DIAZ, E.** (2000) *Aproximación hermenéutica a las mitologías del anuncio televisivo*. Tesis doctoral. Politécnica de Valencia. Bellas Artes.
- BRUNVAND, J. H.** [1981,1986](2002) *El fabuloso libro de las leyendas urbanas*. Barcelona: Ed. Crítica.
- BUARQUE, C.** (1990) *A desorden do progresso: o fim da era dos economistas e a construção do futuro*. Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- CALDERÓN QUINDÓS, F.** (2004) *El bosque rousseauniano: belleza y dignidad moral. Jean Jacques Rousseau y la dimensión inter-específica de los problemas ambientales*. Tesis doctoral. Valladolid: Universidad de Valladolid. Facultad de Filosofía y Letras.
- CAMPBELL, J.** [1949](1980) *El héroe de las mil caras*. Psicoanálisis del mito. México: FCE.
- _____ [1972](2002) *Los mitos en el tiempo*. Barcelona: Emecé editores.
- _____ [1988](1992) *El poder del mito*. Barcelona: Emecé editores.
- CASSIRER, E.** [1924](1971) *Filosofía de las formas simbólicas*. Vol. II. El pensamiento mítico. México: FCE.
- CÁTALA DOMÉNECH, J. M.** (2000) “La mirada difusa: formaciones y deformaciones del espacio mítico contemporáneo”. *Anàlisi*, n. 24, pp. 55-69.
- CAVALCANTI, C.** (1998) *Desenvolvimento e natureza: estudos para uma sociedade sustentável*. São Paulo: Cortez.
- CENTENO, J. C.** (1993) *Amazonía 2000. Dimensiones políticas y económicas del manejo sostenido del Amazonas*. Gland: World Wide Fund for Nature.
- CHRISTOPH, J.** [1996](1999) *Introducción a la filosofía del mito en la época moderna y contemporánea*. Madrid: Paidós.
- CIMA. Comissão Interministerial para a Preparação da Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento** (1991) *O Desafio do Desenvolvimento Sustentável. Relatório do Brasil para a Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento*. Brasília: Presidência da República.
- CONCEIÇÃO, M^a de F. C.** (1996) *Região e sociedade na Amazônia brasileira: política, ciência e mitos*. Tesis doctoral. São Paulo: Dpto. de Sociología. Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas de U.S.P.
- DIEGUES, A. C.** (2000) *O mito moderno da natureza intocada*. São Paulo: Hucitec.
- DUCH, LI.** (1998) *Mito, interpretação y cultura*. Barcelona: Herder.
- _____ (2000) “El context actual del mito”. *Anàlisi*, n. 24, pp. 27-54.
- DURAND, G.** (1996) *Mitos y sociedades. Introducción a la mitología*. Buenos Aires: Ed. Biblos.
- _____ [1960 a 1979] (1981) *Las estructuras antropológicas de lo imaginario. Introducción a la arquetipología general*. Madrid: Ed. Taurus.
- ECO, U.** [1965](2001) *Apocalípticos e Integrados*. Madrid: Paidós.

- ELIADE, M.** [1951](2003) *El mito del eterno retorno*. Madrid: Alianza/Emecé.
 ——— [1963](1999) *Mito y realidad*. Barcelona : Ed. Kairós.
- ESPINOSA VERA, P.** (2003) “Hacia una semiótica de los mass-media”. *Revista Mexicana de Comunicación*. n. 82. julio - agosto 2003.
- FATÁS, G.** (2001) *El Fin del Mundo: Apocalipsis y Milenio*. Madrid: Ed. Marcial Pons, Ediciones de Historia, S.A.
- GARCÍA-PELAYO, M.** [1974](1981) *Los mitos políticos*. Madrid: Alianza Editorial.
- GONDIM, N.** (1994) *A invenção da Amazônia*. São Paulo: Marco Zero.
- GUIRIN, Y. N.** (2001) “Más allá del Oriente y del Occidente. ¿Identidad o mismidad?” *Espiral*. Enero/abril, año/vol. 7, n. 20. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- GUTIÉRREZ, F.** (1998) “Mitos, amores, palabras y música. Carmen o el desafío de la otra parte” *Thélème. Revista Complutense de Estudios Franceses*. n. 13. pp. 55-69. Madrid: UCM.
- GONZAGA MOTTA, L.** (2002) “Para uma antropologia da notícia”. *Revista Brasileira de Comunicação*, Intercom. Dic. 2002.
- GUEDES, O.** (1998) “O discurso ambientalista na mídia brasileira”. *Olhar Midiático Revista de Comunicação e Informação*, n. 1, marzo, 1998, pp 7-14.
- HALL, A. L.** (1989) *Deforestation and social conflict in Brazil's Carajas programme*. Manchester: Manchester University Press
- HOLANDA, Ch. B.** [1959](2002) *Visão do Paraíso. Os motivos edênicos no descobrimento e colonização do Brasil*. São Paulo: Editora brasiliense.
- JODELET, D.** (1984) “La representación social: fenómenos, conceptos y teoría”. En: S. Moscovici (comp.), *Psicología Social*. Barcelona: Paidós.
- KERÉNYI, K. y JUNG, C.G.** [1941](1983) *Prolegomeni allo studio scientifico della mitologia*. Torino: Boringhieri.
- LAYRARGUES, P. P. A.** (1998) *Cortina de fumaça: o discurso empresarial, verde e a ideologia da racionalidade econômica*. São Paulo: Annablume.
- LEÓN, J. L.** (2001) *Mitoanálisis de la publicidad*. Barcelona: Ariel.
- LESSA, R.** (1992) *Amazônia: as raízes da destruição*. São Paulo: Atual.
- LÈVY-STRAUSS, C.** [1958-1974](1987) *Antropología estructural*. Barcelona: Paidós.
 ——— [1964](1986) *Mitológicas: I. Lo crudo y lo cocido*. México: Ed. F.C.E.
 ——— [1973](1979) *Antropología estructural. Mito, sociedad y humanidades*. México: Siglo XXI.
 ——— [1978](2002) *Mito y significado*. Madrid: Alianza Editorial.
- LISANSKY, J.** (1990) *Migrants to Amazonia: spontaneous colonization in the brazilian frontier*. San Francisco y Londres: Westview Press.
- LOUREIRO, V. R.** (1992) *Amazônia. Estado, homem, natureza*. Belém: CEJUP.
- MAHAR, D. J.** (1978) “Políticas de desenvolvimento da Amazônia: passado e presente.” En: *Desenvolvimento econômico da Amazônia. Uma análise das políticas governamentais*. Rio de Janeiro, RJ: Instituto de Planejamento Econômico e Social/ Instituto de Pesquisas, 1978, pp.7-48. (Relatório de
- MALINOWSKI, B.** [1926](1974) *Magia, ciencia y religión*. Barcelona: Ariel.
- MANTHORNE, K. E.** (1996) "O imaginário brasileiro para o público norteamericano do século XIX". *Revista Universidade de São Paulo*, n 30, junho/julho/agosto pp. 58-71.
- MARTÍN SERRANO, M.** (1977) *La Mediación Social*. Madrid: Akal.
 ——— (1986) *La Producción Social de Comunicación*. Madrid: Alianza.
 ——— (1993) *La Producción Social de Comunicación*. 2ª ed. revisada. Madrid: Alianza.
 ——— (2004) *La Producción Social de Comunicación*. 3ª ed. revisada. Madrid: Alianza.
- MAY, R.** [1991](1998) *La necesidad del mito. La influencia de los modelos culturales en el mundo contemporáneo*. Barcelona: Paidós.
- MELLO, T.** (1991) *Amazônia: a menina dos olhos do mundo*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- MENDOZA, V.** (2003) “Co-implicaciones entre la Racionalidad Mítica y la Racionalidad Científica” *Razón y Palabra*, Abril-mayo 2003.

- MICHILES, A.** (1992). “Zapping amazônico. Amazônia, Brasil?” *Revista Universidade de São Paulo*, n. 13, março/abril/maio, pp. 58-60
- MINGUET, H.** (1992) “Introducción”. En: de la Condamine, Charles-Marie. *Viagem pelo Amazonas, 1735-1745*. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira.
- MOLES, A.** (1990) “La fonction des Mythes Dynamiques dans la Construction de l'imaginaire social”. *Les Cahiers de l'Imaginaire*, n. 5-6. pp. 9-34. Institut de Recherches Sociologiques et Anthropologiques. Centre de Recherche sur l'Imaginaire.
- MORIN, E.** [1956](1980) *El cine o el hombre imaginario*. Barcelona: Seix-Barral.
- MOSCOVICI, S.** (1984) *Psicología Social II*. Madrid: Paidós.
- MOTTA, L. G.** (2003) “O jogo entre Intencionalidades e Reconhecimentos: Pragmática Jornalística e Construção de Sentidos” *Comunicação e Espaço Público*. Año VI. n. 1 y 2. 2003. Edición especial. pp.7-38. Brasília: Universidade de Brasília.
- ODINETZ, H. C.** (1988) *Amazonie: la dernière frontière*. Paris: Nathan.
- OLIVEIRA, A. U.** (1993) *Amazônia: monopólio, expropriação e conflitos*. Campinas: Papirus.
- OCHOA ABAURRE, J. C.** (2002) *Mito y chamanismo: el mito de la tierra sin mal en los Tupí-Cocama de la Amazonía peruana*. Tesis doctoral. Barcelona: Universidad de Barcelona.
- PIM, J. E. y KRISTENSEN, B.** (2005) “(Re-) Descobrimdo o Brasil pós-colonial: mito, arquétipos e discurso mediático nas comemorações dos 500 anos” *Reunião Científica de la S.E.P. Investigar Sobre Periodismo*. 2005. Santiago de Compostela.
- PROCÓPIO, A.** (1992) *Amazônia: ecologia e degradação social*. São Paulo: Alfa Ômega.
- REGUILLO, R.** (2002) “El otro antropológico. Poder y representación en una contemporaneidad sobresaltada”. *Anàlisi*, n. 29, pp. 63-79.
- RIBEIRO, B. G.** (1992) *Amazonia Urgent. Five Centuries of histories and ecology*. Belo Horizonte: Itatiaia.
- RODRÍGUEZ, M.** (2003) La idea de cultura y el descubrimiento de América. *Comunicación aportada al Seminario sobre la Idea de Cultura del grupo “Sympleké”*.
Se puede consultar en:
<http://www.filosofia.org/gru/sym/syms001.htm#04>
- ROY, W.** (1993) *Mitología*. Madrid: Debate.
- SLATER, C.** (1997) “La Amazonía como relato edénico”. *Revista de Abntropología, Pensamiento Antropológico y Estudios Etnográficos*. Madrid. n. 14, p.23-43.
- STEFANELLO, G. A. L.** (2000) “A mediação da imprensa paulista na construção da imagem da Amazônia: uma análise comparativa de dois períodos históricos, a ditadura e a democracia” *Comunicação e Informação*, v. 3, n. 1.
- (2003) “Representações, imaginários e arquétipos míticos no discurso amazônico da imprensa brasileira” *Comunicação e Informação*, v. 6, n. 1.
- STEFANELLO, G. A. L.** (2006) *Análisis de los relatos de la prensa brasileña sobre la Amazonía en Dictadura y Democracia*. Tesis Doctoral, Madrid: Facultad de Ciencias de la Información, UCM.
- STEFANELLO, G. A. L. y CARDOSO, J.** (2004) “A construção do discurso Amazônico na imprensa brasileira: representações, imaginários e arquétipos míticos” Ponencia. Congressos de Ciências da Comunicação na Covilhã. IV Lusocom.
- STEFANELLO, G. A. L. y DE FRANCISCO, A.** (2006) “Análisis de los mitologemas del discurso brasileño sobre la Amazonía a través de sus mitemas descriptores” En proceso.
- VIERNE, S.** (1993) “Mitocrítica e Mitanálise”. *ÍRIS*, n. 13, pp. 43-56. Grenoble: Universidade Stendhal de Grenoble.
- WAGNER DE REYNA, A.** (1976), *Antología y evocación*, Ed. Gredos, Madrid.
- WALDMAN, M.** (1998) *Ecologia e lutas sociais no Brasil*. São Paulo: Contexto.
- WALLACE, A. R.** (1979) *Viagens pelos rios Amazonas e Negro*. São Paulo: EDUSP.