

**LA PERSONIFICACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA  
CIENCIA FICCIÓN.  
ANÁLISIS CRÍTICO DEL PERSONAJE MEDIA EN LA OBRA LITERARIA DE  
NEIL GAIMAN: “AMERICAN GODS”**

**ANGÉLICA MARIA GALLARDO MANTILLA**

**Trabajo de grado en modalidad Monografía**

**UNIVERSIDAD DE PAMPLONA  
FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES  
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
PAMPLONA**

**2019**

**LA PERSONIFICACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN  
EN LA CIENCIA FICCIÓN.  
ANÁLISIS CRÍTICO DEL PERSONAJE MEDIA EN LA OBRA LITERARIA DE  
NEIL GAIMAN: “AMERICAN GODS”**

**ANGÉLICA MARÍA GALLARDO MANTILLA  
CC. 1094265629**

**Trabajo de grado en modalidad Monografía**

**Directora de Trabajo de grado:  
CS. Yolani Patiño Barbosa**

**Asesor Conceptual:  
PhD. Carlos Fernando Álvarez González**

**UNIVERSIDAD DE PAMPLONA  
FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES  
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
PAMPLONA  
2019**

*Esta monografía fue posible gracias al apoyo incondicional de mis profesores y mis amigos entrañables. Personas que me vieron trasegar por miles de lecturas, me miraron a los ojos y en lugar de decirme loca, me dijeron: estamos contigo.*

*Paula y Yola, nunca cambien, les debo la vida.*

*A mi familia: dedicarles a ustedes todos los logros que alcance no me será suficiente.*

*Y a Fluzo Project, gracias por 6 años tan llenos de amor.*

### **Título de la propuesta**

LA PERSONIFICACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA CIENCIA FICCIÓN. ANÁLISIS CRÍTICO DEL PERSONAJE *MEDIA* EN LA OBRA LITERARIA DE NEIL GAIMAN: “AMERICAN GODS”

### **Resumen**

Desde su aparición los medios de comunicación han sido protagonistas de cambios sociales, llevando mensajes a públicos cada vez más amplios y configurando la forma en que nos informamos. Esta monografía parte de esa premisa para analizar el rol que nos atribuye la sociedad a los medios en sus transformaciones, a partir del uso de la literatura como retrato de la actualidad.

La investigación del incremento de la comunicación como fenómeno de masas, se dio a partir de una obra de literatura situada en el género de ciencia ficción: *American Gods* o *Dioses Americanos* en su traducción hispana.

El análisis de la obra sitúa desde la perspectiva de la teoría crítica de la comunicación y examinó las intervenciones de los personajes desde sus reflexiones personales hasta sus intervenciones abiertas sobre diversos temas, históricos o actuales que tuviesen relación con medios, la relevancia de la información o el personaje *Media* en la actualidad.

Posteriormente cada frase fue analizada en varios niveles y comparada con diferentes teorías (análogas o transversales) para completar un análisis estructural y fenomenológico del rol de los medios de comunicación en la actualidad dando como resultado un panorama completo de

LA PERSONIFICACIÓN DE LOS MEDIOS EN CIENCIA FICCIÓN:  
MEDIA - “AMERICAN GODS”  
Angélica Gallardo

la antropomorfización de un concepto que se desea a todas luces sea estudiado posteriormente ya que suscitó nuevas preguntas.

Palabras clave

Comunicación, Medios masivos, Sociedad actual, Literatura, Ciencia ficción.

**Abstract**

Since its appearance, Media have been protagonist of social changes, taking messages to ever wider publics and configuring the way in which we inform ourselves. This monograph is based on that premise to analyze the role that society attributes to media in its transformations, based on the use of literature as a portrait of current events.

The investigation of the increase of the communication like mass phenomenon, was given from a work of Literature located in the genre of science fiction: *American Gods* or *Dioses Americanos* in its Hispanic translation.

The analysis of the work was situated from the perspective of the critical theory of communication and examined the interventions of the characters from their personal reflections to their open interventions on various topics, historical or current that were related to media, the relevance of the information or the *Media* character nowadays.

Subsequently, each sentence was analyzed on several levels and compared with different theories (analogous or transversal) to complete a structural and phenomenological analysis of the role of the media at present, giving as a result a complete panorama of the anthropomorphization of a desired concept. Although it is suggested to be studied later since it raised new questions.

6

LA PERSONIFICACIÓN DE LOS MEDIOS EN CIENCIA FICCIÓN:  
MEDIA - “AMERICAN GODS”

Angélica Gallardo

**Keywords**

Communication, Mass media, Society, Literature, Science Fiction.

### Tabla de Contenido

Título de la propuesta .....	4
Resumen .....	4
Abstract .....	5
Capítulo 1 Problema.....	8
1.1    Contextualización teórica.....	8
1.2    Delimitación teórica objeto de estudio.....	11
1.3    Objetivos .....	14
1.3.1    General.....	14
1.3.2    Específicos.....	14
1.4    Justificación.....	14
Capítulo 2 Monografía .....	17
1.5    Ficha técnica del texto.....	17
1.6    Introducción .....	18
1.7    Primera parte: Las cosas a las que prestamos atención.....	23
1.7.1    Breve historia de la teoría crítica de la comunicación.....	23
1.7.2    La teoría crítica de la comunicación en Latinoamérica.....	27
1.7.3    Colombia y la teoría crítica de la comunicación .....	28
1.7.4    Definición operativa .....	29

1.8	Segunda parte: “¿Los adoramos? No exactamente” .....	31
1.8.1	La literalidad.....	31
1.8.2	El discurso. ....	35
1.8.3	El Contexto .....	51
1.9	Tercera parte: “¿Más que el tipo de importancia que le podríamos dar a nuestros semejantes?”	56
2	Bibliografía.....	61

## Capítulo 1

### Problema

#### 1.1 Contextualización teórica

De acuerdo con Jalil (2005) “los medios de comunicación masiva se han adaptado a nuestra sociedad, con una rapidez notoria”, una adaptación que el International Center for Journalists (ICFJ, 2018), sitúa también en lo ético y tecnológico al afirmar que: “la revolución digital llegó sin que las reglas del juego en lo legal de ese nuevo ecosistema mediático estuvieran en su lugar” (pág. 4).

Es decir que no existe todavía un marco legal y ético para las acciones mediáticas en espacios como internet, que se adapte con la misma facilidad que evoluciona la sociedad.

La sociedad entendida como una anomalía masiva, es decir:



## LA PERSONIFICACIÓN DE LOS MEDIOS EN CIENCIA FICCIÓN: MEDIA - “AMERICAN GODS”

Angélica Gallardo

“un fenómeno psicológico por el que los individuos, por más diferente que sea su modo de vida, sus ocupaciones o su carácter, "están dotados de un alma colectiva" que les hace comportarse de manera completamente distinta a como lo haría cada individuo aisladamente”  
(Barbero J. , 1987, pág. 133)

A partir de esta definición como fenómeno, esta monografía tuvo aportes de la sociología fenomenológica de Alfred Schutz, quien además describe que la sociedad necesita comunicarse y concibe la comunicación social, como un cruce de subjetividades individuales que se resisten a su vez a “la tentación totalizadora de un saber absoluto sobre la sociedad y preservando la posibilidad de una comprensión de los fundamentos de la acción social.” (Urteaga, 2012).

Una teoría que permitirá entender a la comunicación como un fenómeno masivo que se hizo necesario para posibilitar “los procesos de construcción” (Barbero J. M., 2012).

Para situar éste concepto y su “construcción” es necesaria la mirada histórica, situada por Barbero a la salida de la Revolución Industrial, cuando existe un “descubrimiento político de la multitud”, en la que la voluntad de las mayorías se impone y a la que políticamente se debe controlar, si se quiere obtener el poder.

En ésta época cobra importancia el mensaje y la forma de ser comunicado. Lo que históricamente define Edgar Morin para el siglo XX cómo la cultura de masas, relacionada con su propia definición de cultura en palabras de Marcelo Norberto Botto:

“toda cultura está compuesta por una serie de normas, símbolos, mitos e imágenes que inciden en los integrantes de una sociedad en un tiempo histórico determinado. Desde esta mirada, sostiene que estas características forman parte de la esencia de todo tipo de cultura. De esta forma, una cultura proporciona puntos de apoyo imaginarios a la vida práctica y puntos de apoyo

prácticos a la vida imaginaria.” ( Edgar Morin. La cultura de masas como objeto de análisis, 2018).

La cultura de masas es la homogeneización de éstas características sociales en grupos humanos cada vez más amplios, que para Umberto Eco “Nace con el acceso de las clases subalternas al disfrute de los bienes culturales y con la posibilidad de producir estos últimos mediante procedimientos industriales” (Apocalípticos e Integrados, pág. 15).

Procesos, que derivaron también en la masificación de los medios que reproducían los mensajes. Tal como lo explica Margarita Cruz: “Con el desarrollo de la prensa en los siglos XIX y XX se evidencia por un lado la consolidación de los periódicos de circulación masiva y por otro la internacionalización de la práctica de recopilar noticias; por lo que aparece una prensa dirigida a un público más amplio” (Cruz Vilain, 2012).

Lev Manovich llama a éste proceso la “estandarización”, es decir, “los sujetos han de ser estandarizados, y los medios por los que lo son han de estandarizarse a su vez” (El Lenguaje de los nuevos medios de comunicación, 2006). Que en tiempos actuales coinciden con el advenimiento de las redes de información, haciendo cada vez cada vez más fácil su acceso masivo y según el mismo autor su masiva manipulación.

Con esto nos acercamos a una contextualización teórica de nuestro estudio. El análisis de la percepción actual en la sociedad de los medios masivos de comunicación desde una perspectiva fenomenológica.

## 1.2 Delimitación teórica objeto de estudio

Para entender la complejidad del peso de la reflexión de la sociedad sobre sí misma, se tomará un camino varias veces transitado pero ésta vez en su sentido contrario.

Umberto Eco plantea que "a través del uso de la palabra escrita puede tomar cuerpo una forma capaz de resonar en el ánimo de quien fruye de ella de modos siempre varios y cada vez más ricos." (Apocalípticos e Integrados, pág. 39), por eso se aprovechará el recurso literario como registro de un momento en la historia de la sociedad.

De acuerdo con Martín Barbero, esta presencia de la manifestación social en lo cultural, se asocia directamente con la imaginación. El paso de lo popular, es decir lo políticamente masivo a la "cultura folclórica", entendido el folk cómo una presencia ambigua de la tradición en la modernidad.

"Porque si una mitología "funciona" es porque da respuesta a interrogantes y vacíos no llenados, a una demanda colectiva latente, a miedos y esperanzas que ni el racionalismo en el orden de los saberes ni el progreso en el de los haberes han logrado arrancar o satisfacer." (Barbero J. , 1987, pág. 65)

Se partió de esto para comprender entonces la importancia de la literatura no como producto de la industria cultural sino como un medio por sí mismo, expresado por Marshall McLuhan, "la imprenta, por decirlo así, transformó el diálogo o discurso compartido en información empaquetada, o artículo transportable. Introdujo un cambio o desviación en el lenguaje y en la percepción humana" (La Galaxia Gutenberg, 1998, pág. 17).

La serialización de la literatura, la convierte pues en un medio masivo y por tanto, en un catalizador colectivo de ideas y emociones.

Dentro de los muchos géneros literarios existentes ésta monografía se centrará en la ficción como figura y reflejo de “una sociedad como maraña de símbolos, de connotaciones aparienciales más que de realidades puras” (Quiroga Clérico, 2002), usando la clasificación clásica de la poética aristotélica, a saber: la épica, la lírica y la tragedia, con la posterior inclusión de la novela (Bakhtin, 1980).

Además se toma en cuenta que “El propio concepto de género como institución cultural, con sus componentes sociales e históricos, requiere una cierta perspectiva para decidir qué texto es el que marca el referente” (Sierra, 2004), de modo que podríamos hablar de cualquier texto literario que se adapte a la clasificación, pero que no cumpla estrictamente con todas las condiciones.

Derivado de la ficción existen como subgénero la ciencia ficción, la literatura fantástica y la narrativa de terror, se determina que el género más apropiado para el análisis es la Ciencia ficción, porque:

“La literatura de ciencia ficción ha intentado dar cuenta de su entorno, a partir de una mirada hacia el futuro, por lo cual se ha constituido en una manera de hacer literario presente que procura lanzar una mirada hacia los grandes retos del ser humano en su hacer cotidiano, pero sin dejar de lado las grandes preocupaciones que de igual forma comporta el ser humano” (Alvarado Vega, 2015)

Y al ser un enfoque fenomenológico, la ciencia ficción sigue ocupándose de las ciencias humanas en sus mayores desafíos, para éste caso, el papel de los medios masivos en la sociedad.

De las obras de ciencia ficción opcionadas, es escogida “American Gods” (Dioses Americanos), del conocido autor Neil Gaiman.

LA PERSONIFICACIÓN DE LOS MEDIOS EN CIENCIA FICCIÓN:  
MEDIA - “AMERICAN GODS”  
Angélica Gallardo

Aunque la obra es clasificada en múltiples espacios como perteneciente al género de fantasía, debajo de las imágenes extraordinarias hay una historia sobre el poder y la evolución de la fe, y de los inmigrantes que ayudaron a construir y definir la cultura, solo para ver a dicha cultura ponerse en contra de ellos.

La novela trata de un hombre llamado Sombra (Shadow Moon), quien sale de prisión para asistir al sepelio de su mujer. En el camino decide aceptar un trabajo como asistente del Sr. Miércoles (Wednesday) recorriendo Estados Unidos, descubriendo que en esta tierra no solo habita el culto a la personalidad, sino a verdaderos dioses.

A medida que la trama avanza es revelado que el Sr. Miércoles está reclutando dioses antiguos para luchar contra los nuevos dioses de la sociedad americana (Internet, medios, transporte, etc). (Wikipedia, 2019)

Ésta guerra entre lo moderno y lo antiguo, deja claro en la obra que la sociedad ha cambiado, que no percibe la tecnología de igual manera. Particularmente en la encarnación mitopoiética de los medios masivos de Comunicación.

*Media* es una diosa moderna que es una personificación de los medios de comunicación, el contenido global, las redes sociales y el entretenimiento. Y el objeto particular de estudio de esta monografía debido a que son manifiestos en ellas todas las virtudes y vicios que atribuye el autor a la posibilidad de comunicarnos.

### **1.3 Objetivos**

#### **1.3.1 General**

Analizar la percepción de los Medios de Comunicación en la sociedad actual a través de la ciencia ficción, a partir del personaje Media en la obra literaria de Neil Gaiman: “American Gods”.

#### **1.3.2 Específicos**

- Determinar los rasgos característicos del personaje “Media” y su papel en la trama de la novela literaria *American Gods*
- Categorizar el nivel de participación mitopoiética que tienen los medios de comunicación en la sociedad moderna, de acuerdo con la obra.
- Definir el papel actual de los medios de comunicación en la sociedad según la ciencia ficción.

### **1.4 Justificación**

El derecho a la información, que celebró en 2018 sus 50 años de existencia (ONU, 1948), enfrenta hoy desafíos cómo: el crecimiento sucesivo de la televisión, la explosión de los medios digitales y el surgimiento de la inteligencia artificial que dejan al descubierto que se necesita un ente regulador de la calidad de datos circulantes en lo que se conoce actualmente cómo “la sociedad de la información” dentro del concepto de “la velocidad con que la información se genera, se transmite y se procesa en un conjunto humano” (Ortiz Chaparro, 1995).

El ente para ésta monografía es la comunicación como medio en su nuevo nivel. El de los futuros medios digitales (Bruhn, 2016, pág. 30).

Según esta teoría, los comunicadores estaremos prontamente lidiando con temas tan complejos cómo la Computación Ubicua, definida cómo la presencia cada vez más notable de las nuevas tecnologías en la vida cotidiana, hasta parecer que existen allí de manera natural (Aransay, 2009). Ésta naturalidad es un fenómeno que merece ser entendido, tanto como para conocer sus razones como para hacer una reflexión sobre sus implicaciones.

Dentro de esta línea podemos situar a nivel mundial los diferentes foros que al respecto se están realizando cómo el de la International Association for Media and Communication Research (IAMCR), que para su encuentro mundial en 2019 definió como línea de estudio:

“Comunicación, tecnología y dignidad humana: derechos en disputa, verdades en disputa”, con el objeto de reflexionar sobre la situación actual para sugerir cómo pueden desarrollarse los desarrollos actuales en el futuro y comprometerse con los desafíos que presentan para la investigación, la política y la acción (IAMCR, 2019).

Dejando claro que a nivel mundial existe una preocupación por el tema, y a nivel nacional tenemos como ejemplo la Cátedra UNESCO de Comunicación de la Universidad Javeriana en su versión XXV de 2018, que aludía a temas de “Comunicación, información y lenguajes de la memoria”. Con el objetivo de comprender el sentido activo y de construcción permanente que las sociedades hacen sobre su pasado desde el presente, haciendo de ésta un hecho cambiante vivo y en permanente construcción (Universidad Javeriana, 2019), visto dese áreas que comprendían la Comunicación y el Periodismo.

A nivel regional, también se han hecho reflexiones conjuntas al respecto cómo el encuentro APIRA de la Universidad Francisco de Paula Santander en Cúcuta “Culturas Juveniles e Infancia”, donde se analizaron las tendencias investigativas en el tema de la información y su forma de transmisión.

Éstos, por citar algunos ejemplos de la discusión mundial sobre el real papel de la comunicación en las nuevas tecnologías, aunque no de la manera en que la personificación como figura literaria puede hacerlo. Convirtiendo un tema de conversación en un sujeto, con fortalezas y debilidades.

En palabras de (Quiroga Clérico, 2002) “un libro, una historia o una imagen, comienzan a existir justamente más allá de la última línea escrita por el autor y tras el trabajo no despreciable del editor, el impresor y el librero” y es por tanto el aporte que hizo ésta monografía en tal discusión, la de usar la crítica literaria como insumo reflexivo.

Es importante acotar que la literatura, no se vió en éste trabajo de grado como un producto, sino como un medio de comunicación. Por tanto no es una crítica literaria, ni se centra en analizar la calidad del libro o su comparación con otras obras, es el análisis de un personaje literario en su contexto, y que tan relacionado está con la percepción general que se tiene en el género de ciencia ficción sobre el papel de los medios en la sociedad.



**Capítulo 2****Monografía****1.5 Ficha técnica del texto**

Para comenzar a hablar de American Gods se ofrece una ficha técnica elaborada por la estudiante con los principales rasgos de la novela impresa.

*Tabla 1 Ficha técnica del libro American Gods*

<b>TITULO DEL LIBRO</b>	American Gods. Dioses Americanos sería su traducción al español pero el ejemplar de uso para esta monografía conserva su nombre original.
<b>AUTOR</b>	<p>Neil Gaiman (1960 - ) es un autor británico conocido por sus guiones, libros y novelas gráficas de géneros como, terror, fantasía y ciencia ficción.</p> <p>Se inicia como crítico de varias revistas dedicadas al cómic, convirtiéndose luego en guionista para DC (Detective Comics) con el rescate de un héroe llamado Orquídea Negra.</p> <p>Es llamado posteriormente a crear su propia historia y escribe Sandman, tal vez su obra cumbre. Sandman cuenta con 75 números y varios reconocimientos entre los que se encuentran nueve premios Eisner y del World Fantasy Award en la categoría de Mejor historia corta.</p> <p>Actualmente tiene proyectos para adaptaciones de sus obras literarias a cine, televisión y otros formatos.</p> <p>Se comunica frecuentemente con sus lectores por redes sociales, especialmente en twitter donde se encuentra como @neilhimsself</p>
<b>TRADUCTOR</b>	Mónica Faerna es una traductora española licenciada en Filología de la lengua inglesa de la Universidad Complutense de Madrid y actualmente se encuentra comisionada para la traducción de las obras seleccionadas de Neil Gaiman para ser publicadas por la editorial Rocabolsillo.
<b>AÑO</b>	American Gods tuvo su primera edición en 2001, la obra aquí analizada fue una reedición impresa en el 2010 con motivo del

	décimo aniversario del libro, es unas 12.000 palabras más larga que la original e incluye prólogo y epílogo escritos por el autor.
<b>EDITORIAL</b>	Roca
<b>PAIS/CIUDAD</b>	España/Barcelona
<b>TIPO TEXTO</b>	Novela
<b>PÁGINAS</b>	559

En internet se encuentra una página elaborada por los seguidores del escritor con mayores detalles sobre la adaptación de la novela a otros formatos. Su nombre es American Gods Wiki y todos sus subdominios se encuentran actualmente en inglés.

Realizando una búsqueda básica por el sitio se pueden encontrar 80 resultados para la palabra Media en la sección artículos, 100 resultados en contenido de imágenes, 25 resultados en blogs y 5 resultados en otro tipo de contenidos (mensajes, comentarios, discusiones en foros o etc.). Debido a lo anterior se puede concluir que existe multiplicidad de espacios escritos relacionados con el tema, pero en su mayoría elaborados por seguidores no sólo del libro sino de la adaptación audiovisual distribuída por la plataforma de streaming Amazon Prime, espacio que no es concerniente a esta monografía aunque para mayor claridad y por sugerencia se incluya más adelante una descripción del personaje en la serie.

## 1.6 Introducción

La idea de usar a los dioses nórdicos como punto de partida en una alegoría de la sociedad actual no es nueva. Autores como Gilbert & Sullivan en su libro colaborativo *Thespis, or The Gods Grown Old* o Thornton Wilder con *Cabala* ya habían explorado este tipo de narrativa, sin enumerar aquí los miles de textos que se han hecho para explicar un concepto de actualidad a partir de la metáfora del dios original como observador.

LA PERSONIFICACIÓN DE LOS MEDIOS EN CIENCIA FICCIÓN:  
MEDIA - “AMERICAN GODS”  
Angélica Gallardo

Shakira, por ejemplo, la cantante colombiana, escribe en su canción “Teogonía” las aventuras de un dios católico que luego de hacer el mundo, decide descansar, solo para encontrarse a su regreso con “un desorden infernal”. La figura de este dios desempleado, le sirve a la artista como vehículo narrativo de su crítica a la sociedad actual desde los ojos de un tercero, que conoció el origen pero no el desarrollo de la trama.

Esta narrativa, anclada a la ilusión de tener un observador omnisciente, que reconoce el mundo real desde una perspectiva lejana es también un elemento de “American Gods”, una novela que narra la historia de un hombre llamado Shadow (Sombra) y el trabajo que acepta al terminar su condena en la cárcel: un viaje por carretera en el que conocerá personajes que retarán su concepto de la realidad.

En el libro, el personaje Media es mencionado 97 veces durante toda la novela, aunque a partir del capítulo 14 de la versión en español, este nombre cambia por Comunicación y vuelve a ser nombrada 7 veces. Este cambio no es explicado por la traductora o la editorial que distribuyó la versión en español de la obra, por lo que se podría deducir que es por cuestiones de estilo o una decisión libre de la traductora ya que en su versión original *Media* nunca cambia su nombre.

Debido a esto comentarios cómo:

- Comunicación. Creo que he oído hablar de ella. ¿No fue la que mató a sus hijos? —Otra mujer —dijo el señor Nancy—. Mismo trato (American Gods, pág. 404)

Pierden todo sentido, pues lo que intenta el autor es hacer una referencia a Medea (que en inglés se pronuncia igual a Media), un personaje de la mitología griega que es reconocida por su poder como hechicera y celebrada trágicamente por el asesinato de sus hijos en búsqueda de vengarse de su marido Jasón, quien planea matarla para desposarse con otra mujer más joven. En

la literatura, Medea representa también, en la versión de Eurípides la tragedia de aquello que quiere permanecer inmutable ya que Jason logra enamorar a Medea con una poción que la pone e contra del amor por su padre y por su patria. En algunas versiones, la misma Medea estalla en llanto al ayudar a su amado.

Este por ejemplo es uno de los pasajes que en su traducción pierde peso en la obra, pues se convierte es una frase suelta que no aporta en gran medida a la trama, pero que en inglés supone una figura literaria importante para el perfil psicológico del personaje.

El interés de este proyecto no recayó en analizar la metáfora, pues esto lo convertiría en un análisis del prototipo de libro fantástico, sino que se suscribe a lo que de ciencia ficción se le reconoce:

1. Su encuentro con la “literatura de ideas”, o en otras palabras, la conexión que hace el texto con sus lectores a partir de lo racional (las normas, la realidad comúnmente aceptada). (Hillón, 2015, pág. 177)
2. La problematización de la cultura. En este punto es importante resaltar que “Como género, la ciencia ficción no metaforiza, de hecho insiste en afirmar que lo que sucede dentro de ella no es real. Pese a lo anterior, toma elementos de la realidad, los hiperboliza y plantea inquietudes a partir de ellos” (Hillón, 2015, pág. 177), por ello se distingue de la literatura fantástica, la invitación al lector a cuestionar la realidad propia a partir de un “condicional contrafáctico” o el famoso “¿Qué tal sí...?” para luego manejar una hipótesis que no podría existir por condiciones reales en lo cotidiano.

LA PERSONIFICACIÓN DE LOS MEDIOS EN CIENCIA FICCIÓN:  
MEDIA - “AMERICAN GODS”  
Angélica Gallardo

A partir de éstas circunstancias la obra se considera perteneciente al género de ciencia ficción y partiendo de un corpus de 31 citas relacionadas con Media, fue analizada desde las premisas que cumplían las dos proposiciones anteriores.

El pasaje que se propone como análisis es el primer encuentro que hace Media con el protagonista

La estructura del análisis monográfico presentado a continuación, de otra parte y para generar una reflexión continua se presentará en 3 partes determinadas por la lógica del discurso que hace Neil Gaiman sobre su obra *American Gods* a propósito del papel de su personaje Media (diosa de los medios de comunicación) en la trama.

La reflexión original, presentada para una entrevista en Amazon Prime (Neil Gaiman: Who are the New Gods? | *American Gods*, 2017) es reproducida aquí:

“The modern gods right now are the things we give our attention to. The things that we give our time to. Because time is precious. Time is what we use to worship, and we should be worried of technology, we should be worried of our telephones, because we give them our time and our attention and our love. We should be worried of the media. We give the media our time. We give her our attention. Do we worship it? Not exactly. But, do we place it high in importance? Higher than the kind of importance, we might give of our fellow men? Well, yes I think we do. And that’s dangerous.”

(Traducción propia)

“Los dioses modernos en este momento son las cosas a las que prestamos atención. Las cosas a las que les damos nuestro tiempo. Porque el tiempo es precioso. El tiempo es lo que usamos para adorar, y debemos estar preocupados por la tecnología, debemos estar preocupados por nuestros teléfonos, porque les damos nuestro tiempo, nuestra atención y nuestro amor. Deberíamos estar

## LA PERSONIFICACIÓN DE LOS MEDIOS EN CIENCIA FICCIÓN: MEDIA - “AMERICAN GODS”

Angélica Gallardo

preocupados por los medios de comunicación. Damos a los medios nuestro tiempo. Les prestamos nuestra atención ¿Los adoramos? No exactamente. Pero ¿les damos mucha importancia? ¿Más que el tipo de importancia que le podríamos dar a nuestros semejantes? Bueno, sí, creo que sí. Y eso es peligroso.”

En la primera parte hablaremos de los medios como vehículos de los mensajes prioritarios de la sociedad actual de acuerdo con una de las teorías de la comunicación, (“las cosas a las que prestamos atención”), en segundo lugar, la definición del rol de dios en la obra y si Media pertenece a ese conjunto de acuerdo con un análisis crítico de las intervenciones del personaje en la obra (“¿Los adoramos? No exactamente”) y finalmente del papel los medios como objetos activos en nuestra sociedad hiperconectada y sus consecuencias (“¿Más que el tipo de importancia que le podríamos dar a nuestros semejantes?”) haciendo un contraste entre lo que la teoría crítica de la comunicación define como Medios y lo que Neil Gaiman define como la percepción de los medios en la sociedad actual.

## **1.7 Primera parte: Las cosas a las que prestamos atención**

A puertas de la segunda década del siglo XXI, el número de elementos de transmisión de información digital (smartphones, tablets, etc) que poseemos, aumenta, revolucionando la forma en que trabajamos, interactuamos con otros y usamos nuestro tiempo libre (Galeano & Peña, Data Science, big data and statistics, 2019) , lo que plantea para los medios cubrir cada vez más tipos de información.

Los tipos de información referidos aquí son información pública, información interna, información privada y filtraciones o rumores no propagables (Domínguez Coutiño, 2012), de manera que es importante reconocer el papel de los medios en la sociedad actual con respecto a las vías por las que es propagada tal cantidad de datos.

Para entender este papel se usó la definición del rol de los medios en la teoría crítica de la comunicación. Dando primero un breve recorrido histórico y geográfico de esta teoría hasta situarle en la actualidad y en el contacto de esta monografía.

### **1.7.1 Breve historia de la teoría crítica de la comunicación**

De acuerdo con Günter Frankenberg (Teoría Crítica, 2011) el nacimiento de la Teoría Crítica de la Comunicación se sitúa en la escuela de Frankfurt con autores como Max Horkheimer, Herbert Marcuse y Theodor Adorno quienes “se comprometieron, desde dentro de esta teoría a desarrollar y defender su forma auténtica y sus ideas” (pág. 68). Es decir que para la escuela de Frankfurt existe un modelo de comunicación más allá del clásico emisor-receptor, en los que se debe analizar el mensaje en su contexto, intencionalidad y subjetividad.

Para Frankenberg, las ideas de estos autores iban en contra del positivismo imperante en la época, en la que (Comte, 2017) se debía llevar a “nuestra inteligencia, gradualmente emancipada, a su estado definitivo de positividad racional” (pág. 9), es decir definir sin que la subjetividad alterara nuestra percepción de la realidad.

Contrariando a lo que opinaba Max Horkheimer, quien planteaba que esta racionalidad solo aceptaba “el conformismo del pensamiento, la insistencia en que se trata de una profesión fija, de un ámbito cerrado en sí mismo dentro de la totalidad social, renuncia a la esencia misma del pensamiento” (Teoría tradicional y teoría crítica, pág. 77), es decir, que para Horkheimer entender la realidad no sólo se debe reducir a los hechos comprobables sino que se debe analizar en la totalidad de un fenómeno con implicaciones sociales.

Horkheimer y Marcuse se oponían a que la realidad no tuviese una dimensión hermenéutica o epistemológica (Teoría Crítica, pág. 70) y posteriormente este pensamiento se traslada a los estudios de la comunicación como un marco necesario para la interpretación de la sociedad.

Sobre todo del ensayo escrito por Horkheimer (Teoría tradicional y teoría crítica) se deriva el área de la teoría crítica de la comunicación que hace un análisis de la cultura de masas. Sin embargo, esta sugerencia de que la comunicación era un instrumento de la organización de los medios de producción los encasilló y marco su obsolescencia. (Teoría Crítica, pág. 76)

Posterior a la caída de la perspectiva de la Escuela de Frankfurt, aparece uno de sus discípulos con una nueva propuesta de la crítica.

Jürgen Habermas reconcilia a la investigación científica con la sociedad. En su discurso “Modernidad: un proyecto incompleto” (Habermas, 1989), escribe “Los significados de las



oraciones, por muy bien analizados que estén, sólo son, pues, válidos relativamente a un saber compartido que queda en el trasfondo y que es constitutivo del mundo de la vida de una comunidad de lenguaje.” (Modernidad: un proyecto incompleto , pág. 238).

En otras palabras, no existe un fenómeno estandarizado ni una comprensión global de él. El análisis de la realidad debe tener una metodología que nos permita comparar la investigación social en diferentes contextos, teniendo en cuenta las particularidades de las mismas.

Habermas, a pesar de evolucionar el concepto de la subjetividad como una trama de subjetividades, se enfrenta al primer dilema de la teoría al identificar que la comunicación continúa siendo un instrumento transmisor de ideas. El receptor es un instrumento pasivo del adoctrinamiento mediático.

Es decir, la posibilidad dialéctica del individuo se ve sometida a la instrumentalización que el sistema hace de él. (Madureira, 2009).

La “racionalidad comunicativa” de Habermas es continuada según Madureira, por su estudiante Axel Honneth. Quien además de preservar los principios de la teoría crítica hasta el momento conocida, les suma los conceptos de “conflicto” y “reconocimiento”.

En su libro “La lucha por el reconocimiento” (Honneth, 1997), propone que existen 3 praxis que constituyen el reconocimiento.

1. El amor, que también trae implícito un conflicto que se convierte en odio, orientado al menosprecio y que es por ello que existen prácticas como la tortura.
2. La praxis social del derecho, que constituye al sujeto como una persona social que es capaz de legislar y autorregularse.

3. La solidaridad, que le permite a la persona identificar los comportamientos constructivos de comunidad.

Y que sin las praxis el reconocimiento no es posible, porque para que exista la intersubjetividad de Habermas “deben entenderse horizontes éticos de valor, que son abiertos o plurales, de modo que cualquier miembro de la sociedad conserve la oportunidad de saberse socialmente valorado en sus capacidades” (La lucha por el reconocimiento, pág. 214).

El hecho social de entender la subjetividad es un fenómeno comunicativo, que escala de lo individual a lo masivo en la medida que el aprendizaje pueda ser transmitido y se cree un parámetro normativo. Por decirlo de otra manera, al compartir una visión de la sociedad ideal, la comunidad manifiesta sus inconformidades con el estado actual de las cosas, criticando a sus propios patrones históricos de comportamientos como lugares comunes de corrección ética. (La Teoría Crítica de la Escuela de Frankfurt, de la primera a la tercera generación: un recorrido histórico-sistemático, pág. 208)

Existen varios detractores de la Teoría Crítica de la comunicación. El planteamiento principal de sus contrarios es que la teoría misma piensa que la sociedad contemporánea es únicamente juzgable basado en su concepto de comunicación (González Soriano, 2002) y que la teoría propone desarrollarse aislada. En palabras de Robert T. Craig y Heidy Müller, no tiene “una conciencia común de ciertas complementariedades y tensiones entre diferentes tipos de teoría de la comunicación, de manera que es habitualmente entendido que este tipo de teoría no puede desarrollarse legítimamente en total aislamiento mutuo, sin entrar en discusión” (Theorizing Communication: Readings Across Traditions, 2007, pág. 381)

Lo que permite inferir que la teoría sigue siendo relevante, pero que necesita de una dialógica para comprobarse.

### **1.7.2 La teoría crítica de la comunicación en Latinoamérica**

Para entender el nacimiento de la teoría crítica de la comunicación en Latinoamérica, debemos recurrir a uno de los pensadores europeos más influyentes, Michael Foucault. Foucault decía que:

"Lo que le da estabilidad al poder, lo que induce a tolerarlo, es el hecho de que no actúa solamente como una potencia que dice no, sino que también atraviesa las cosas, las produce, suscita placeres, forma saberes, produce discursos"

(La voluntad del saber, 1998)

En este sentido, la comunicación debe hacer lupa ética sobre los comportamientos de la sociedad que legitiman una norma mediante el discurso comunicativo, en lo que él llamaba la relación entre conocimiento y poder.

Para Latinoamérica, el concepto de que la sociedad podía criticar (en un sentido Heideggeriano) su aparato político, estuvo representado en diferentes autores, para términos operativos de este estudio se tomarán 2 documentos relacionados con el enfoque que se quiere usar para el análisis.

Armand Mattelart, con su conocido ensayo "Para leer al Pato Donald", un análisis sobre la comunicación masiva y el colonialismo cultural, en el que describe cómo la multinacional de entretenimiento Disney, realiza condicionamientos a la sociedad para lograr el consumo masivo de un ideal, mercantilizando conceptos como infancia, diversión o aprendizaje. (Mattelart, 1972)

Este autor plantea que los medios masivos al rendirse a la venta de un mensaje también hacen parte de la hegemonización, ignorando las condiciones particulares de la sociedad a la que se comunican, es decir, eliminan el contexto como parte del proceso comunicativo y por tanto estandarizan la sociedad y la crítica.

Teniendo esto como punto de partida se tomó en cuenta a César Bolaño como parte de la escuela crítica en uno de sus documentos más recientes: “Mediación, subsunción y apropiación social. Contribución al diálogo entre estudios culturales, economía política y comunicación” (Bolaño, Páez, & Herrera-Jaramillo, 2016), en que afirma que la comunicación debe incorporar observaciones sobre ámbitos políticos económicos de la sociedad, inscritos desde la teoría marxista.

Continuando con la línea de la no pasividad frente a los medios, la responsabilidad social del discurso y la crítica como herramienta de empoderamiento social.

### **1.7.3 Colombia y la teoría crítica de la comunicación**

A nivel nacional no existe un representante concreto de esta postura teórica. La definición hallada y usada aquí se encuentra en un documento formado por la Asociación de Facultades de Comunicación (AFACOM) en Colombia, que define la teoría crítica de la Comunicación cómo:

“(Una teoría en que...) la comunicación se relaciona con la absorción de la cultura por el aparato industrial dentro del esquema capitalista. Pero, fundamentalmente, la comunicación es la producción y flujo de lo que los críticos denominan el acto cultural. En este concepto reposa la esencia de la comunicación para esta escuela. En primera instancia, la comunicación es una fuerza que se materializa dependiendo de las posibilidades concretas de cada época. En segundo lugar, la teoría crítica asume la comunicación como el acto cultural en el que los individuos de una cultura

pueden reconocerse a sí mismos y pueden ser libres y auténticos. Pero la industria cultural pervierte esta posibilidad emancipadora y convierte a la comunicación en una herramienta de dominación.” (Marco de fundamentación conceptual y especificaciones de la prueba ECAES en Comunicación e Información, 2004, pág. 19).

Con esta definición se enumeran tres características para tomar en cuenta para esta monografía

1. La comunicación es definida dentro de los parámetros de una era. Es decir, es relativa al tiempo.
2. La comunicación es un acto cultural, no existe de manera individual por lo que está ligada al espacio en que se ejecute el acto comunicativo
3. La comunicación es única. Si se desprende de las 2 características para ser estandarizada pierde su propósito.

#### **1.7.4 Definición operativa**

De acuerdo con esta documentación la teoría crítica de la comunicación se definirá en este proyecto cómo el análisis del fenómeno comunicativo desde su contexto y las repercusiones que tiene en la sociedad; enlazando el contenido del discurso con su poder como transformador de la realidad sensible desde la abstracción y por tanto no se define la comunicación como un agente pasivo, sino constructor de su propio concepto y rol en las transformaciones humanísticas y científicas generales.

De manera que se responde en este primer capítulo que es a través de los medios y por ellos mismos que jerarquizamos “las cosas a las que prestamos atención”, los medios como fetiche tecnológico nos permiten acceder a otros niveles de información y por ellos mismos

recibimos información que puede o no estar contextualizada, pero que hace parte del discurso de poder.

Pero que este acto social también es dependiente las condiciones individuales de cada acto comunicativo, no se repite aunque tenga ciertas características compartidas con otros actos. Por lo tanto cada intervención del personaje en la obra será tratada como única y analizada como tal.

Teun Van Dijk, lingüista de la Universidad de Pompeu Fabra de Barcelona, establece que no sólo necesitamos de ese contexto para analizar apropiadamente un discurso desde lo crítico, sino que existen otros factores a tener en cuenta, pues, la teoría crítica no es un método aséptico, ni mucho menos generalizable. En sus palabras “no es un método, es un tipo de actitud de hacer investigación comprometida política y socialmente con la ayuda del análisis del discurso”. (Van Dijk, *Discourse and Knowledge*, 2013), por tanto, se incluye en esta definición que las críticas obtenidas en esta monografía no son estrictamente replicables en condiciones de laboratorio, sino que han sido de alguna manera tamizadas por la visión de la autora.

Seguidamente se aplicará este postulado para analizar la obra, dentro de su literalidad desde lo crítico, lo multidisciplinar y lo comunicativo.

### **1.8 Segunda parte: “¿Los adoramos? No exactamente”**

Ya respondimos la primera parte de la reflexión en el anterior capítulo llegando a definir a los medios como elementos activos de la comunicación. En *American Gods*, los medios están antropomorfizados en un personaje: Media.

Teniendo en cuenta que la literatura ya fue definida aquí como un medio de comunicación se procedió a su análisis tomando 3 criterios de estudio planteados por el lingüista Teun Van Dijk (2013) como la base de un buen estudio crítico:

1. La literalidad, que corresponde a lo Van Dijk llama “código superficial”, la experiencia que se tiene a través de los sentidos con el concepto, en este caso, la lectura visual del texto.
2. El discurso, es decir lo que el texto en sí plantea desde la perspectiva de la autora de esta monografía, apoyada en sus conocimientos previos de lo que será llamado “Componente estructural”.
3. El Componente fenomenológico, que es el contexto que produce la afirmación.

#### **1.8.1 La literalidad**

Media, es la diosa moderna de los medios masivos de comunicación, los contenidos globalizados y el entretenimiento (Wiki, 2019), puede transformarse en cualquier personaje de la cultura popular relacionada a los medios (pág. 173), teletransportarse (pág. 411) y manifestarse en los aparatos que la transmitan (televisores, pantallas, radio, etc) (pág. 378) y en varias ocasiones durante la novela, manifestarse como un ser de carne y hueso (págs. 403, 407, 411, 417).

Para la realización del análisis literal esta novela se escogieron 3 tipos de texto, de acuerdo a los criterios de Gerard Genette en *Introduction à l'Architexte* (1979). Otro tipo de categorizaciones fueron analizados y se llevaron a la práctica, sin embargo, entraban en conflicto con la teoría crítica del discurso, ya que autores como Riffaterre, Barthes o Derrida resultaron más afines a otras corrientes de análisis del discurso comunicativo.

En su arquitecturalidad, Genette ofrece una taxonomía de las citas desde la transtextualidad, dicho en otras palabras, todo lo que relaciona el texto (manifiesto u oculto) con otros textos.

Los tipos de texto de acuerdo con la teoría de la transtextualidad son

- Transtextualidad explícita y formal (citas)
- Transtextualidad oculta no explícita (plagio)
- Transtextualidad implícita (elementos ocultos de otros textos, ofreciendo pistas - referencias y alusiones).

De acuerdo con Irina Rata (2015) estos tres tipos de intertextualidad se manifiestan en la obra de Gaiman de la siguiente forma: ofrece ambas instancias de transtextualidad explícita e implícita, poniendo como ejemplo "No llames a ningún hombre feliz hasta que esté muerto" una frase de Herodoto, así como "¿O Timmy ha caído en otro pozo?", un ejemplo de alusión implícita a la serie de televisión Lassie. Dejando claro que siendo *American Gods* una novela no existe transtextualidad oculta en el texto.

En cuanto a los subtipos de intertextualidad, Genette (1979) refiere 5: *hipertextualidad formada por citas*, plagio y alusiones, *paratextualidad* que comprende títulos, encabezados, prefacios, epígrafes, dedicatorias, reconocimientos; *architextualidad*, que designa un texto como parte de un género o géneros; *metatextualidad* compuesta de comentarios críticos explícitos o



implícitos de un texto sobre otro texto; *hipertextualidad* que transforma, modifica, elabora o extiende el texto anterior (incluyendo parodia, parodia, secuela, traducción). (Rata, 2015)

Para clasificar en el primer subtipo estarían las referencias que hace Gaiman para hablar de la nueva mitología a partir del extracto mitológico de otras culturas. Odín por ejemplo, que viene de la mitología nórdica, así como los ritos de Czernobog u otras referencias que se convierten dentro del libro en relatos mitopoyéticos.

En el segundo subtipo encontramos ejemplos claros en el inicio de cada capítulo, en el Capítulo 10, el autor inicia con un verso de la canción “Tango till they sore” de Tom Waits:

“I’ll tell you all my secrets, but I lie about my past. So send me off to my bed forevermore” (Te contaré todos mis secretos, pero miento sobre mi pasado. Así que mándame a dormir para siempre jamás).

Haciendo referencia a los hechos que sucederán en este momento de la narración, la muerte de un personaje y la revelación de sus motivos.

Rata (2015), también hace referencia a que existen dos apartados en la novela conectados entre sí que cumplen la condición de paratextualidad. El prólogo, que consiste en la narración de como se hizo el libro y su significado en términos prácticos y el apéndice, unas notas aclaratorias de Gaiman sobre los motivos de su escritura en general y el motivo de los dioses en particular a lo que responde “Quería escribir sobre los mitos, quería escribir sobre Norteamérica como un lugar mítico”.

El género literario de *American Gods*, que ha sido tema de cuestionamiento, fue respondido por el mismo autor en una charla en el Masachussets Institute of Technology (MIT) durante The Julius Schwartz Lecture (2015), en la que alude a la taxonomía, diciendo que sólo es

útil al autor en cuanto le da unas pautas para jugar dentro de lo predecible y así no decepcionar al lector, que pretende bajo esa etiqueta encontrar una serie de elementos en la obra. De modo que Gaiman prescinde de esta clasificación para que sea el lector quien la imagine y sólo deja una pista. Lo que tenemos entre manos es una novela.

La metatextualidad de la obra está explícito en muchos de los personajes de la obra, especialmente lo que concierne al protagonista: Shadow Moon, que es constantemente comparado con la figura de Jesús en la mitología cristiana. Shadow es un sacrificio de su padre Odín, es una figura que atraviesa constantes oportunidades de abandonar su misión, las que rechaza para en cierto punto agonizar como sacrificio para purgar las culpas de sus seres apreciados.

Esto sin contar las autorreferencias que hacen los personajes sobre sí mismos, específicamente Media, la diosa de los medios, a quién analizaremos en detalle más adelante.

Para cerrar con la hipertextualidad, Rata (2015) propone que en *American Gods* sólo existe en la parodia, es decir, analiza la mofa que hace Gaiman de los dioses antiguos al ponerlos en oficios obsoletos, para la autora de esta monografía además de existir de esta manera, la hipertextualidad dese manifiesta en la forma en que se expresan los dioses modernos haciendo referencias a contenidos de la cultura por popular. Por ejemplo, el uso de “piel de sapo sintética” en la pipa del chico tecnológico.

Un elemento que se consideraba sagrado en muchas culturas precolombinas (Carod-Artal, 2011) ahora es de alguna forma emulado y sustituido por un elemento de origen artificial.

De esta manera se hace un recorrido a priori por las muchas lecturas que tiene la novela de Neil Gaiman en general, desde lo perceptiblemente más sencillo hasta las referencias que

requieren un nivel de análisis directamente ligado al contexto, pero este nivel será analizado más adelante cuando hablemos del segundo y tercer nivel de análisis del discurso planteado por Van Dijk,: Discurso y componente fenomenológico o contexto.

### **1.8.2 El discurso.**

American Gods es una novela de 558 páginas sin índice ni orden de capítulos para la sexta edición y sexta reimpresión de Roca Editorial de Libros S.L., línea rocabolsillo/ficción.

Sus 212.000 palabras (aproximadamente) tuvieron un tiempo de lectura de 5 semanas para una lectora de 215 palabras por minuto, contando con que se hicieron anotaciones al tiempo que se leía y se dispuso de horarios disponibles intermitentemente cada día.

La primera lectura arrojó un total de 35 alusiones directas o indirectas dentro de los 5 tipos de intertextualidad de Genette con respecto al tema de los medios de comunicación.

En el primer filtro fueron descartados los símiles que no hicieran referencia directa a ll personaje analizado, ya que eso hubiera llevado a esta monografía a discurrir sobre el punto de vista del autor sobre los medios a través de cada personaje de su novela. Asunto que no atañe directamente a escrito.

Luego de esto se hace una segunda revisión descartando los escenarios en los que no se encontrara presente Media, que es nuestro objeto de estudio para ceñirse a las propias palabras de Teun Van Dijk acerca del micro nivel, o el espacio cercano a un personaje a analizar (Dijk, 1999) quedando los 9 postulados que fueron sometidos a un nuevo filtro.

De estos nueve postulados se seleccionó el apartado que reflejara claramente las relaciones de poder entre los protagonistas (Van Dijk, Discourse and Knowledge, 2013), que reflejaran su

papel en la historia (Benjamin, 1986) y que contuviera los niveles de literalidad necesarios (Rata, 2015) para considerarse de calidad para análisis literario (Genette, 1979).

### *1.8.2.1 El postulado*

En este primer postulado entramos a la habitación del protagonista de la obra. Es tarde en la noche y las peripecias del día han dejado a Sombra cansado y se dispone a ver televisión. En la televisión se puede ver una serie norteamericana, “I love you Lucy” o “Te quiero, Lucy”.

De acuerdo con Wikipedia la serie fue una de las más exitosas de todos los tiempos, logrando 5 premios Emmy y ser traducida en decenas de idiomas en todo el mundo, y sigue siendo extremadamente popular, con una audiencia americana de 40 millones cada año.

Con estos datos podemos deducir que el autor quería que la mayoría de sus lectores sin importar su origen reconocieran al personaje descrito, Lucy Ricardo, una clásica ama de casa de la segunda guerra mundial. En otras palabras, que supiéramos desde un primer momento que todos conocemos a Media.

El diálogo que ocurre es el siguiente:

---

*“Lucy está intentando convencer a Ricky para que le deje cambiar su antiguo frigorífico por uno nuevo. Sin embargo cuando él se va, ella se sienta en el sofá, con las piernas cruzadas y las manos sobre el regazo, y mirando al frente desde el pasado en blanco y negro, dice:*

*-Sombra tenemos que hablar.*

*Sombra no dice nada. Lucy abre el bolso y saca un cigarrillo, que enciende con un caro encendedor de plata.*

---

- 
- *Te estoy hablando a ti ¿Y bien?*
  - *Esto es una locura- dice Sombra.*
  - *Y el resto de tu vida e s completamente normal ¿no? Dame un maldito respiro.*
  - *Si claro. Que Lucille Ball me hable desde la televisión es, con diferencia lo más raro que me ha pasado hasta el momento.*
  - *No soy Lucille Ball, Soy Lucy Ricardo ¿Y sabes qué? Ni siquiera soy ella. Simplemente es la forma más sencilla de hacerme visible, dado el contexto. Eso es todo.*

---

*Lucy se revolvió en el sofá como si no terminara de encontrar la postura.*

---

- *¿Quién eres? – Preguntó Sombra.*
  - *Vale – dijo ella- Buena pregunta. Soy la caja tonta. Soy la televisión. Soy el ojo que todo lo ve y el mundo del rayo catódico. Soy el pequeño santuario que las familias adoran.*
  - *¿Eres el televisor? ¿O alguien dentro de la televisión?*
  - *El televisor solo es el altar. Yo soy el destinatario de los sacrificios.*
  - *¿Y qué es lo que sacrifican?*
  - *Su tiempo, principalmente – dijo Lucy – Algunas veces unos a otros.*
  - *Alzó dos dedos a modo de pistola y sopló. Entonces guiñó el ojo, uno de los clásicos guiños de Te quiero Lucy.*
  - *¿Eres un dios? – Inquirió sombra.*
-

*Lucy sonrió con ironía y le dio una calada al cigarrillo con aires de mujer fatal.*

---

- *Podría decirse así.*
  - *Un saludo de parte de Sam – dijo entonces Sombra.*
  - *¿Qué? ¿Quién es Sam? ¿De qué hablas?*
- 

*Sombra miró su reloj. Eran las 0:25.*

---

- *No importa. Y bien, Lucy en la Televisión, ¿de qué tenemos que hablar? Parece que últimamente todo el mundo tiene que hablar conmigo. Y la cosa suele acabar con que alguien me pega.*
- 

*La cámara se acercó para sacar un primer plano: Lucy parecía preocupada, tenía los labios fruncidos.*

---

- *Odio eso. No me gustó que esa gente te pegara, Sombra. Yo nunca lo haría cariño. No, yo quiero ofrecerte un trabajo.*
  - *¿De qué?*
  - *Trabajarías para mí. Me he enterado de los problemas que tuviste con el numerito de los secretos, y me impresionó el modo en que lo resolviste. Eficaz, sensato eficiente. ¿Quién iba a pensar que eras capaz de algo así? Están muy enojados.*
  - *¿En serio?*
-

- 
- *Te subestimaron cielo. Un error que no pienso cometer. Te quiero a mi lado. – Se levantó del sofá y caminó hacia la cámara - . Míralo de este modo, Sombra: somos el futuro. Nosotros somos centros comerciales, tus amigos son ferias miserables de carretera. Qué carajo, nosotros somos centros comerciales online, mientras que tus amigos se colocan junto a la autopista con una carretilla para vender productos caseros. No, ni siquiera son vendedores ambulantes; son charlatanes, gente que arregla corsés de ballena. Nosotros somos el hoy y el mañana. Tus amigos no son ya ni el ayer.*
- 

*El discurso le resultaba extrañamente familiar. Sombra le preguntó:*

---

- *¿Conoces a un chico gordo que va en limusina?*
  - *Lucy extendió las manos y puso los ojos en blanco en un gesto cómico, el clásico gesto de Lucy Ricardo desentendiéndose de algún desastre.*
  - *¿El tecnológico? ¿Has conocido al tecnológico? Es un buen chico. Es uno de los nuestros. Lo que pasa es que es algo torpe con la gente que no conoce. Cuando trabajes para nosotros, verás lo asombroso que es.*
  - *¿Y si no quiero trabajar para ti, Te quiero Lucy?*
- 

*Alguien llamó a la puerta del apartamento de Lucy, y se oyó la voz en off de Ricky preguntándole por qué se tardaba tanto; tenían que estar en el club en la próxima escena. Un destello de indignación perturbó fugazmente el cómico rostro de Lucy.*

---

- 
- *Demonios – exclamó – Escucha, no sé lo que te pagan esos vejstorios, pero puedo ofrecerte el doble. El triple. Cien veces más. Te paguen lo que te paguen, yo puedo pagarte mucho más.*

---

*Entonces le sonrió con esa sonrisa perfecta y pícara de Lucy Ricardo.*

- 
- *Dime cariño ¿Qué quieres? – Empezó a desabrocharse la blusa - ¡Hey! ¿Nunca has querido ver las tetas de Lucy?*

---

*La pantalla se volvió negra. Habían transcurrido ya los 45 minutos y la tele se apagó sola. Sombre miró a su reloj, eran las doce y media.*

*La verdad es que no – dijo Sombra.*

---

### **1.8.2.2 Análisis**

Al combinar la literalidad de (Genette, 1979) y los niveles de análisis de (Van Dijk, Discourse and Knowledge, 2013) se obtiene un espacio específico en el que la subjetividad del lector es importante para comprender al personaje, que al mismo tiempo es aislado de su contexto para entrar en el nivel “micro”, que Van Dijk define como la visión del propio emisor del mensaje. Para este caso Media en el cuerpo de Lucy Ricardo.

Mujer, de estrato medio, norteamericana de los años 50. Amada de casa y aspirante a estrella de cine, factores que se tomarán en cuenta a la hora de analizar sus acciones.

La primera parte del texto va así:



## LA PERSONIFICACIÓN DE LOS MEDIOS EN CIENCIA FICCIÓN:

## MEDIA - “AMERICAN GODS”

Angélica Gallardo

“Lucy está intentando convencer a Ricky para que le deje cambiar su antiguo frigorífico por uno nuevo. Sin embargo cuando él se va, ella se sienta en el sofá, con las piernas cruzadas y las manos sobre el regazo, y mirando al frente desde el pasado en blanco y negro, dice:

-Sombra tenemos que hablar.”

(American Gods, pág. 173)

En este momento del diálogo hemos entendido que Media es popular, tiene carisma, pero también tiene un discurso preciso, directo, que va sobre quien la mira. “Tenemos que hablar”, controla el flujo, no da espacio a opiniones en un molde casi Foucaultiano, se como poseedora de la palabra y transmisora de la idea, por tanto, comienza el diálogo en un sitio de dominio.

Sombra no dice nada. Lucy abre el bolso y saca un cigarrillo, que enciende con un caro encendedor de plata. - Te estoy hablando a ti ¿Y bien? -

(American Gods, pág. 173)

Un “caro encendedor de plata”, un objeto fetiche de poder económico. Media además de ser omnipresente tiene la cualidad del poder económico, es así que en dos movimientos comprendemos que es una diosa, en ese sentido teogónico de la palabra, una descendiente directa del poder absoluto en la sociedad actual.

- Esto es una locura- dice Sombra.
- Y el resto de tu vida es completamente normal ¿no? Dame un maldito respiro.
- Si claro. Que Lucille Ball me hable desde la televisión es, con diferencia lo más raro que me ha pasado hasta el momento.

LA PERSONIFICACIÓN DE LOS MEDIOS EN CIENCIA FICCIÓN:  
MEDIA - “AMERICAN GODS”

Angélica Gallardo

- No soy Lucille Ball, Soy Lucy Ricardo ¿Y sabes qué? Ni siquiera soy ella. Simplemente es la forma más sencilla de hacerme visible, dado el contexto. Eso es todo.

(American Gods, pág. 173)

“Y el resto de tu vida es completamente normal”, es una alusión a la filosofía moderna, al absurdo del ser humano en convertirse en diferente, “Ni siquiera soy ella”, Media es consciente de su existencia como resultado de lo sensible, pero en un plano ideal o platónicamente ideal no existe. De acuerdo con Van Dijk, el medio necesita del símbolo para proyectar su discurso ideológico, algo con lo que el grueso de la masa se pueda identificar, de modo que el poder en el discurso se manifiesta abriendo con una afirmación de que se es dueño del sistema de control.

Media controla a Lucy, que a su vez es el mensaje. Controla el sexo, el dinero, la fama y el poder.

Lucy se revolvió en el sofá como si no terminara de encontrar la postura.

- ¿Quién eres? – Preguntó Sombra.
- Vale – dijo ella- Buena pregunta. Soy la caja tonta. Soy la televisión. Soy el ojo que todo lo ve y el mundo del rayo catódico. Soy el pequeño santuario que las familias adoran.

(Gaiman, American Gods, 2010)

Media, no Lucy, trata de acomodarse a lo que ha poseído, es nuevo pero es propio, eso reafirma el análisis de la frase anterior, Ella sabe que esto es suyo pero al mismo tiempo no le pertenece, es el mensajero y el mensaje, la forma física y abstracta de lo que representa.

Quién y no Qué es preguntado, de modo que nuestro protagonista se cree frente a un ente real, a un ser de su misma especie. A su imagen y semejanza.

LA PERSONIFICACIÓN DE LOS MEDIOS EN CIENCIA FICCIÓN:  
MEDIA - “AMERICAN GODS”  
Angélica Gallardo

“Soy la caja tonta”. Media en cambio se refiere a si misma como un objeto, “Soy la televisión”, un espacio físico que es manifiesto para la identificación sensorial, tal como sería la publicidad o el diseño de productos, pero no se detiene ahí, “Soy el ojo que todo lo ve...” por lo tanto nos percibe al mismo tiempo en comparación al dios Judeocristiano que es descrito como un gran ojo en el cielo que todo lo percibe y puede controlar los actos de quienes se encuentre bajo su mandato. “... y el mundo del rayo catódico”, vale hacer la claridad que para el momento en que se escribió la novela original todavía imperaba en el mercado los aparatos de televisión que funcionaban con un tubo de rayos catódicos por los que se enviaba una imagen.

Existen diferentes textos sobre el funcionamiento de estos dispositivos que no son materia de estudio por lo que se sugiere al lector, en caso de querer conocer más, dirigirse a uno de estos espacios.

Media se compara a si misma con estos aparatos pues son los que le posibilitan llegar como imagen a Sombra. Pero así a todos los lugares por lo que prosigue, “Soy el pequeño santuario que las familias adoran”.

Neil Gaiman, en la reflexión que lleva el hilo conductor de este estudio deja claro que la forma de adorar a los nuevos dioses es con nuestro tiempo. De acuerdo con un estudio los niños bogotanos pasan 180 horas al mes viendo televisión (Revista Semana, 2016), mucho más de lo estimado que atienden a otros deberes.

Por consecuencia de este hecho Media es arrogante, se conoce dueña de su poder.

- ¿Eres el televisor? ¿O alguien dentro de la televisión?
- El televisor solo es el altar. Yo soy el destinatario de los sacrificios.

(American Gods, pág. 174)

LA PERSONIFICACIÓN DE LOS MEDIOS EN CIENCIA FICCIÓN:  
MEDIA - “AMERICAN GODS”  
Angélica Gallardo

A esta altura de la conversación nuestro protagonista ya nota que habla con una interfaz, por ponerlo de alguna manera que le responde, que no es la clásica televisión que actúa para su entretenimiento. Es un mensaje que es capaz de modificarse de acuerdo a la información que él solicite.

“El televisor es lo el altar”, dice ella que ahora hace un despliegue del poder que ha conseguido mediante la forma que ha estructurado su discurso hasta este momento. Los símbolos se ensamblan para darnos su papel de diosa. Pero al mismo tiempo interrumpe esta dirección para decir “Yo soy el destinatario de los sacrificios”.

En el texto original se lee *destinatary* con un género neutro pero su elección en masculino por la traductora da a entender que Media es masculino y femenino, por lo tanto NO es Lucy Ricardo y no es la televisión. Un guiño a McLuhan diciendo que este medio no hace parte del mensaje.

Lo que hace que nuestro protagonista, que en ese caso representa también al lector continúe con la siguiente pregunta lógica:

- ¿Y qué es lo que sacrifican?
- Su tiempo, principalmente – dijo Lucy – Algunas veces unos a otros.

Alzó dos dedos a modo de pistola y sopló. Entonces guiñó el ojo, uno de los clásicos guiños de Te quiero Lucy.

(American Gods, pág. 174)

Aquí es donde Media se convierte en un personaje particular, sus adoradores no solo le sacrifican su tiempo, sino sus interacciones, su vida real. Media hasta el momento prueba ser

LA PERSONIFICACIÓN DE LOS MEDIOS EN CIENCIA FICCIÓN:  
MEDIA - “AMERICAN GODS”  
Angélica Gallardo

capaz de dominar el discurso y el mensaje, es seductora, arrogante, es un personaje construido pero sigue siendo ella misma.

Media no oculta pero distrae de sus verdaderas intenciones. Por lo tanto no es cómo los demás dioses.

- ¿Eres un dios? – Inquirió sombra.

Lucy sonrió con ironía y le dio una calada al cigarrillo con aires de mujer fatal.

Podría decirse así.

(American Gods, pág. 174)

Esta nueva afirmación confirma los rasgos que hasta el momento se le atribuyen al personaje. Aunque el artificio de la mujer fatal puede ayudar a comprender que media está en este momento representada por Lucy Ricardo.

Avatar viene del sánscrito avâtara, un término que designa las encarnaciones de una divinidad sobre la tierra, Lucy bajo esta lógica es el avatar de Media para contactar a Sombra.

- Un saludo de parte de Sam – dijo entonces Sombra

- ¿Qué? ¿Quién es Sam? ¿De qué hablas?

(American Gods, pág. 174)

Esta frase tiene que ver con otro de los niveles de la literalidad, la paratextualidad. Sam es una joven que Sombra conoce durante su estadía en otro punto de Norteamérica quien luego de escuchar incrédula su historia acerca de dioses y creyentes le dice “si vez algún dios en la carretera hacia Cairo, no olvides saludarle de mi parte.”

Sombra miró su reloj. Eran las 0:25.

LA PERSONIFICACIÓN DE LOS MEDIOS EN CIENCIA FICCIÓN:  
MEDIA - “AMERICAN GODS”  
Angélica Gallardo

(American Gods, pág. 174)

Este espacio también pertenece a la paratextualidad, pero no de un texto anterior si no de un texto futuro, es decir, Gaiman nos hace conscientes de que seguimos leyendo un relato sobre una serie de acontecimientos y que este acontecimiento en particular tiene un tiempo definido de existencia.

- No importa. Y bien, Lucy en la Televisión, ¿de qué tenemos que hablar? Parece que últimamente todo el mundo tiene que hablar conmigo. Y la cosa suele acabar con que alguien me pega.

La cámara se acercó para sacar un primer plano: Lucy parecía preocupada, tenía los labios fruncidos.

- Odio eso. No me gustó que esa gente te pegara, Sombra. Yo nunca lo haría cariño. No, yo quiero ofrecerte un trabajo.

(American Gods, pág. 174)

“Lucy en la televisión”. Lucy es Media, pero Media no es Lucy, la sacerdotisa del altar se puede comunicar con dios pero no es dios.

Media se representa mediante un medio común con un mensaje particular, se encarna en el cuerpo de una mujer, la seductora pero también la sensibilidad.

“Lucy Parecía preocupada”, en primer plano. Se podría decir que todo esto hace parte del papel histriónico que media está adoptando en esta parte del libro para poder acercarse a su receptor. De acuerdo con Van Dijk, La mente controla la acción, de modo que si es posible controlar la mente es posible controlar la acción. Media usa esta feminidad para proponerle una

LA PERSONIFICACIÓN DE LOS MEDIOS EN CIENCIA FICCIÓN:  
MEDIA - “AMERICAN GODS”  
Angélica Gallardo

empatía a sombra, es consciente de su dolor y se solidariza con él por lo tanto comprende sus sentimientos en don elementos claramente comunicativos: la persuasión y la manipulación.

- ¿De qué?
- Trabajarías para mí. Me he enterado de los problemas que tuviste con el numerito de los secretos, y me impresionó el modo en que lo resolviste. Eficaz, sensato eficiente. ¿Quién iba a pensar que eras capaz de algo así? Están muy enojados.
- ¿En serio?

(American Gods, pág. 174)

A estas alturas Sombra ya desconfía de las intenciones de Media. Media es orgullosa, es soberbia, es poderosa, omnipresente pero está representando a una humana, algo que no conoce y que hace retroceder los pasos hasta el momento que se acomodó en el sillón.

Media está allí pero sigue siendo una representación falsa, por lo que acude a la adulación como segunda forma de persuasión. Siguiendo con la teoría de Van Dijk, este cambio de actitud, hace que el discurso comunicativo no solo sea analizado desde lo sociológico sino desde lo político, para que esto exista deben existir 3 condiciones: un control sobre el contexto, que claramente se ve cuando Media dice que conoce la situación por la que Sombra acaba de pasar, y el control del texto y del habla, que también es visto cuando dice “Eficaz, sensato, eficiente” 3 palabras usada en contexto para los trabajadores ideales.

Pero que al no ser human ni de poseer una intención clara chocan contra las creencias del protagonista. “¿En serio?”. Media ha perdido la credibilidad, va perdiendo esta negociación.

LA PERSONIFICACIÓN DE LOS MEDIOS EN CIENCIA FICCIÓN:  
MEDIA - “AMERICAN GODS”

Angélica Gallardo

- Te subestimaron cielo. Un error que no pienso cometer. Te quiero a mi lado. – Se levantó del sofá y caminó hacia la cámara - . Míralo de este modo, Sombra: somos el futuro. Nosotros somos centros comerciales, tus amigos son ferias miserables de carretera. Qué carajo, nosotros somos centros comerciales online, mientras que tus amigos se colocan junto a la autopista con una carretilla para vender productos caseros. No, ni siquiera son vendedores ambulantes; son charlatanes, gente que arregla corsés de ballena. Nosotros somos el hoy y el mañana. Tus amigos no son ya ni el ayer.

(American Gods, pág. 174)

De acuerdo con Van Dijk además de las condiciones anteriores para que el discurso tenga un poder real debe poder controlarse también la mente, desde la psicología cognitiva. Para él “la mayor parte de nuestras creencias sobre el mundo las adquirimos a través del discurso”, es decir lo que recibimos como mensaje moldea nuestra realidad.

Media pone claro que los dioses modernos son el futuro y lo dice porque esta segura de que sus segundas y terceras cláusulas refuerzan esta idea, “somos centros comerciales” lugares pletóricos de comercio, de actividad y gente, subiendo cada vez más la escala de su alcance de lo local a lo global.

Ellos no dominan una parte del mundo, lo dominan todo, no tienen competencia son lo único que existe ahora y para siempre porque “Tus amigos no son ya ni el ayer”.

El discurso le resultaba extrañamente familiar. Sombra le preguntó:

- ¿Conoces a un chico gordo que va en limusina?

Lucy extendió las manos y puso los ojos en blanco en un gesto cómico, el clásico gesto de Lucy Ricardo desentendiéndose de algún desastre.



LA PERSONIFICACIÓN DE LOS MEDIOS EN CIENCIA FICCIÓN:  
MEDIA - “AMERICAN GODS”  
Angélica Gallardo

Media sin embargo no es única, hace parte de otro círculo de dioses. El mismo Van Dijk escribe que si no hay una conexión real con quien recibe el discurso no es posible persuadirlo, por lo tanto el acto comunicativo fracasa.

Ya se había citado anteriormente que nuestro personaje principal (Sombra) estaba sosteniendo algunas sospechas de las intenciones de Media, pero media, conocedora de los alcances de su poder entiende ahora que ha perdido la batalla, se ha desconectado brevemente con el contexto (lo que le ha sucedido a sombra) y no le queda más remedio que “desentenderse del desastre”.

- ¿El tecnológico? ¿Has conocido al tecnológico? Es un buen chico. Es uno de los nuestros. Lo que pasa es que es algo torpe con la gente que no conoce. Cuando trabajes para nosotros, verás lo asombroso que es.

(American Gods, pág. 175)

Para Teun Van Dijk, los conocimientos generalmente aceptados vienen implícitos en el discurso aceptado por una masa, en este caso, Media quiere que su destinatario conozca que hay más de una persona involucrada con el concepto de que “el tecnológico” es una buena persona, por lo tanto debe ser una verdad para él.

- ¿Y si no quiero trabajar para ti, Te quiero Lucy?

Alguien llamó a la puerta del apartamento de Lucy, y se oyó la voz en off de Ricky preguntándole por qué se tardaba tanto; tenían que estar en el club en la próxima escena. Un destello de indignación perturbó fugazmente el cómico rostro de Lucy.

LA PERSONIFICACIÓN DE LOS MEDIOS EN CIENCIA FICCIÓN:  
MEDIA - “AMERICAN GODS”

Angélica Gallardo

- Demonios – exclamó – Escucha, no sé lo que te pagan esos vejstorios, pero puedo ofrecerte el doble. El triple. Cien veces más. Te paguen lo que te paguen, yo puedo pagarte mucho más.

(American Gods, pág. 175)

En este punto de la conversación se podría citar expresamente al autor guía de este análisis cuando dice “puesto que el abuso del poder o el dominio se caracterizan en los términos de los intereses de los poderosos, el discurso puede también contribuir a la confirmación, o incluso al incremento, del desequilibrio en la igualdad social” (Van Dijk, Análisis crítico del discurso, 1999, pág. 32).

Media propone a Sombra aprovecharse desea posibilidad para darle a Sombra el poder económico socialmente aceptado como superioridad. Las implicaciones políticas que se citaban anteriormente son aquí manifiestas en un discurso con un objetivo claramente social.

Entonces le sonrió con esa sonrisa perfecta y pícara de Lucy Ricardo.

- Dime cariño ¿Qué quieres? – Empezó a desabrocharse la blusa - ¡Hey! ¿Nunca has querido ver las tetas de Lucy?

La pantalla se volvió negra. Habían transcurrido ya los 45 minutos y la tele se apagó sola.

Sombre miró a su reloj, eran las doce y media.

- La verdad es que no – dijo Sombra.

(American Gods, pág. 175)

Van Dijk además cita que en una sociedad como la actual es imposible que un solo discurso domine toda la mentalidad. En la última parte de éste diálogo Media cambia su

estrategia en torno a otro tema que podría ocupar más espacio en las prioridades de su receptor:

El sexo.

Otro objeto de intercambio de poder analizable pero que aquí fracasa debido a que se fundamenta en la premisa general de que un ser será presionado a aceptar o socialmente aceptado, pero no reconoció las subjetividades que frente a esta decisión tendría el receptor. (Van Dijk, Discourse and Knowledge, 2013)

### **1.8.3 El Contexto**

Para registrar el proceso de escritura de la novela *American Gods*, Neil Gaiman registro todo su viaje por Estados Unidos en un blog, por eso es posible tener un vistazo dentro de las condiciones que facilitaron la creación de esta historia y en particular del personaje.

El mismo autor señala que su libro no es una guía de viajes, pero que muchos de los lugares nombrados son reales, así como su percepción de estos.

Uno de los planteamientos que se observan en la obra es cómo los habitantes de Norteamérica tienden a glorificar todo aquello que represente un punto de referencia. “El carrusel más grande del mundo”, puede ser un ejemplo. Por eso, para Gaiman la construcción teológica en la sociedad estadounidense está íntimamente relacionada con el origen, la guía que les permite observar su territorio en su grandeza.

Media representa esto. Recordando el apartado en que se compara a Media con Medea, esta diosa es una madre que asesina a sus hijos para conservar su poder y relevancia. Es por esto que se habla de una simbología motopoiética.

Si bien para el año en que se escribe la novela el elemento mediático más importante era la televisión, se podría decir que se mira a las futuras posibilidades de que este elemento pasivo, que pareciera a simple vista no tener opinión o juicio sobre lo que sucede a su alrededor sacrifique a sus hijos.

No una profecía, pero sí un escrito muy acertado sobre el hecho de lo que hicieron luego los Reality Shows, o espectáculos de la vida real, que son vistos por mucho como chances de convertirse en personas reconocidas y cuyo reconocimiento los lleva después a ser presa del patíbulo público, al perder todo rastro de intimidad.

Media se mueve en un planeta preso de la incertidumbre informática del final siglo XX. De acuerdo con Angélica Caballero, editora independiente y dueña de Mirabilia, librería especializada en ciencia ficción, para esa época no se concebía que pudiera llegar a suceder un desastre como la caída de las torres gemelas pero para la ciencia ficción no era un tema que no pudiese discutirse abiertamente.

Media proviene entonces de un ambiente artísticamente convulso en donde las posibilidades del absolutismo podrían darse.

### ***1.8.3.1 Neil Gaiman***

Neil Gaiman es un escritor inglés cuya biografía puede ser encontrada al principio del capítulo 2 de esta monografía.

Los detalles concernientes a la escritura de *American Gods* aparecen hacia 1992, período en que el autor se traslada desde su natal Inglaterra a Estados Unidos, un país que le parece

culturalmente fascinante y para el que tiene dos ventajas como observador: es un inmigrante y conoce su idioma.

La idea del libro toma forma de acuerdo con el prefacio que aparece en la edición del décimo aniversario, cuando viaja a Islandia y descubre un diorama para turistas sobre los primeros asentamientos islandeses, las representaciones de dioses que llevaron consigo los colonos y se preguntó ¿Qué habrá sucedido con aquellos dioses? (American Gods, pág. 10)

Estos dioses foráneos, según el escritor, le dieron el punto de vista exacto sobre lo que era querer entender una sociedad a la que no pertenecían pero en la que tenían que adaptarse.

Los lugares representados en la obra son reales así como varios de los personajes que allí intervienen. Las comidas, los paisajes, han inspirado a varios de los seguidores a emprender el mismo viaje de Sombra Luna (Shadow Moon).

Esta mezcla entre lo real y lo imaginario hizo que el libro se situara en varios géneros: la ciencia ficción por lo que tiene de real, la novela de terror por lo que tiene de narrativa oscura y fantasía, por lo que tiene de mitopoiético.

Una de las críticas que recibió es que no se acercaba tanto a lo americano, pero tuvo también opiniones contrarias. Neil Gaiman respondió a todo esto que el mismo no era norteamericano y ese era tan solo su punto de vista sobre una sociedad que ya había intentado retratar, en comics fantasía y hasta literatura infantil.

El autor en la actualidad cuenta con un prolífico catálogo de libros, series de televisión, películas, cuentos y narraciones en varios formatos.

Es conocido por ser un usuario frecuente de las redes sociales donde se le puede preguntar abiertamente sobre sus libros.

### ***1.8.3.2 El texto***

American Gods es una novela que cuenta actualmente con una adaptación televisiva que a la fecha tiene 2 temporadas disponibles en la plataforma de compra audiovisual por internet Amazon Prime.

La serie ha recibido críticas mixtas en cuanto a la fidelidad de sus guiones con la narrativa de la novela original. En el texto original la intervención de algunos dioses no es tan extensa como en la serie, por ejemplo, o algunos lugares nombrados cambian de sitio geográfico, lo que ha afectado a muchos lectores.

La novela tiene 2 versiones, la original del año dos mil y una conmemorativa de sus 10 años, ambas tienen 20 capítulos pero la edición conmemorativa tiene 12.000 palabras más.

Ha sido Ganadora de varios premios y es de las pocas en ganar los 3 grandes premios de los géneros fantásticos, el Hugo a la ciencia ficción, el Nébula a la Fantasía y el Bram Stoker por terror.

### ***1.8.3.3 Media***

Neil Gaiman inició su carrera como periodista, por lo que tiene un conocimiento acerca del movimiento de las empresas de medios muy cercano.

Sin embargo no existe registro de su creación en ninguno de los medios usados por el autor. Pero podríamos situar su génesis entre los años 1992 y 1999, años en los que se registra la escritura del libro.

De acuerdo con Mark Cooper (Media Ownership and Democracy in the Digital Information Age, 2003) para ésta época los medios hasta ahora se tomaban la molestia de averiguar cuál era el impacto de la información en internet. Considerando la conexión a estos sistemas de información como “espacios de nicho” que no se masificarían sino que estarían siendo usados únicamente por las personas interesadas en tecnología.

Sin embargo, para la época ya existe una preocupación acerca de la hipercomercialización de los espacios, en los que se patrocinará la publicación de información siempre que responda a los intereses políticos de los dueños de los medios. Anuncia un alza en la importancia que cobra la localidad del público haciendo que Estados Unidos se desconecte del ámbito mundial y cree lo que Cooper llama “localización”, es decir, aísla los públicos de acuerdo con lo que el medio necesita vender y no reciba información sobre tendencias contrarias a lo que propone.

Este fenómeno, advierte Cooper, degenerará en el aislamiento de las minorías o cualquier forma de pensamiento que no sea lo suficientemente fuerte como para llamar la atención de los medios masivos, estará enfáticamente relegada ya que no existieron en la últimas década del siglo XX, espacios de antagonismo frente a diversos temas como la inmigración o las configuraciones constitucionales.

Otra de las conclusiones importantes de este estudio fue comprobar que, para la época, la calidad de la información que los medios divulgaban en internet no era necesariamente más completa que la que presentaban en los medios. Las fuentes seguían siendo una o dos y provenían de los mismo sitios de donde obtenían tradicionalmente la información y que la inclinación hacia la estadística que se había generado del todo no complementaba las conclusiones que cada publicación proponía. Y que por lo tanto para el año 2000 el público

americano a pesar de la diversidad de fuentes de información, estaba limitado por una política de medios que lo hacía limitado y ciego hacia una realidad mundial.

### **1.9 Tercera parte: “¿Más que el tipo de importancia que le podríamos dar a nuestros semejantes?”**

En esta tercera parte se recopila lo visto hasta el momento.

Los medios masivos son para Gaiman, una gran fuente de poder que se sostiene sobre la manipulación de la información entregada al público. Pueden convertir a un ser humano en un héroe, en un villano o en ambos si lo desea. Tiene vida propia y toma sus propias decisiones de acuerdo con sus intereses, se alimenta de nuestra atención y de nuestro tiempo.

¿Concuerda esto con lo que la teoría crítica de la comunicación describe? Sí.

Es decir, podríamos concluir en esta primera parte que el personaje descrito en American Gods como Media es una aproximación crítica al comportamiento de los medios como entidad. Tildándola de irresponsable en algunos momentos, Gaiman logra a través de la ciencia ficción generar en el lector la pregunta sobre el comportamiento de un aparato que usa todos los días todo el tiempo, logrando definir desde su quehacer literario, el papel actual de los medios de comunicación en la sociedad.

Para la ciencia ficción los medios ya no son lo que McLuhan o Habermas proponían. Son una plataforma que adquiere cada vez más vida propia en la medida que posee un poder más amplio sobre la información que llega al público regular, dándole incluso las fallas de sus creadores.



Los medios también son humanos y presentan fallas como las que presentaría un ser de carne y hueso. Mienten, engañan pero también son fáciles de manipular y reorientar de acuerdo con unos intereses, por lo tanto no son invulnerables ni todopoderosos. Tal vez como lo presenta Gaiman, solo se les presta demasiada atención.

La atención que deberíamos, en opinión de la autora, reorientar hacia la realidad (sin convertir esto en una moraleja) que nos rodea más allá de lo vendido.

Otra conclusión importante es la vigencia que este mensaje tiene a pesar de que la obra fue escrita y vendida hace 20 años. Media sigue siendo caprichosa y manipuladora, aún posee la capacidad de estar en varios lugares al mismo tiempo y aún estamos a tiempo de controlarla al desconectarnos (irónicamente) de su control.

Cabe anotar aquí que aunque Media se encuentra adaptada a otros lenguajes y plataformas, no fue conveniente para el estudio incluirlas aunque fueron estudiadas. Los personajes de Media y New Media en la adaptación para serie televisiva obedecen a categorías de estudio que incurrirían en terrenos como la adaptación de obras literarias, la intersubjetividad de la creación artística o los múltiples puntos de vista que determinan la relación o no del personaje creado originalmente, así como elementos semióticos que pertenecen al campo de lo visual y lo sensible, sin olvidar los elementos proxémicos que en la obra literaria sólo se nombran, mientras que en u lenguaje televisivo tendrían que ser creados.

Se recomienda que este estudio pudiese ser replicado por otros estudios cualitativos del lenguaje y el análisis de la ciencia ficción en otros momentos, para contrastar lo aquí dicho y darle cumplimiento a los postulados de Van Dijk, ya que esta monografía es sólo un punto de

vista, de un persona, en un momento determinado del tiempo filtrado por su propio conocimiento y constructos cognoscitivos.

Adicionalmente, se recomienda a los futuros investigadores de este ámbito y que deseen usar esta monografía como referencia de sus propias investigaciones, delimitar el objeto de estudio debido a la carga profundamente semiótica que el texto de ciencia ficción posee al tener que imaginar su propio mundo con unas propiedades más allá de lo establecido. Esto, para que no se convierta en un estudio literario y sea contrastable con la realidad a la que se quiere llegar para no caer (como tantas veces sucede) en definiciones teóricas extensas, de un fenómeno fantástico o viceversa.

A la pregunta de si damos a los medios más importancia que el tipo de importancia que le podríamos dar a nuestros semejantes, se concluye que para Gaiman es absolutamente cierto, para la teoría depende de lo que pretendamos mostrar, pero para la autora de este documento, es relativo.

Podríamos decir que aunque nuestra atención es sagrada, estamos a tiempo para dedicarla a lo que nos rodea. No significa que esté afiliada con causas ambientales, políticas, religiosas o de cualquier otra naturaleza subjetiva. Sin embargo, reconoce y admira lo que la humanidad puede hacer por si misma cuando se concentra en un objetivo común que es la conclusión que ella misma saca de la lectura de este libro, la posibilidad de convertirnos en mejores seres humanos a través de nuestras creencias y el respeto a la existencia de seres que creen en algo diferente pero que conviven en nuestra misma sociedad.

Muy probablemente se esperaría que la monografía resultante fuese un trabajo extenso, por eso una de las recomendaciones a los futuros estudiosos del tema es saber detenerse. Hasta qué

punto la información recopilada es relevante y aporta al escrito. Si bien la investigación puede conducir por un recorrido teórico obnubilante, lo que considero importante de esta experiencia fue aprender a categorizar la información sin convertir todo en una metarreferencia. Media es el producto de la imaginación de un escritor que concibe los medios como un espectáculo al que rendimos pleitesía, es decir, un culto a la que asistimos para distraernos de la realidad y por el que estaríamos dispuestos a sacrificar nuestro tiempo.

Desde mi punto de vista, cada vez menos lejano de la realidad. No quisiera decir con esto que los nuevos medios no hayan permitido que interactuemos y podamos generar estas reflexiones masivamente, pero debemos comprender los riesgos que corremos cuando existe tanta información sin filtrar. Volviendo al punto anterior, la gran pregunta que vi en mi recorrido para escribir esta tesis fue “¿Y por qué no incluir más?”, una pregunta que tiene una respuesta sencilla pero no fácil de entender.

Analizar más, a veces significa entender menos.

A veces, lo realmente interesante es dejar que los detalles no distraigan la cabeza del lector, por eso Media asume varias formas. Puede ser Lucy, una inocente compañera o puede ser cualquier actriz pornográfica dispuesta a venderte una fantasía a cambio de tu atención.

Media puede ser académicamente correcta en una universidad y atenderte con una sonrisa, o convertirte en un villano y condenarte en la esfera pública. No tiene miedo de ser omnipotente aunque ni ella misma conozca sus alcances.

Puede que no esté en estos momentos clasificada como un personaje referente de la cultura popular como puede ser Gillian Anderson, la actriz que la interpreta en la serie, pero es la parte de la imaginación literata de uno de los escritores más vendidos del mundo en la últimas dos

LA PERSONIFICACIÓN DE LOS MEDIOS EN CIENCIA FICCIÓN:  
MEDIA - "AMERICAN GODS"

Angélica Gallardo

décadas lo que realmente la convierte en un ser interesante. Alguien que se debe a los medios se atreva criticarlos a través del más inmortal de ellos. La palabra escrita y tal vez fue por eso tan importante para mí darlo a conocer en este documento, que como la misma Media, puede no ser el más importante de mi carrera académica, pero sí la piedra angular de futuros artículos sobre un género que predijo tantas cosas y ahora nos dice que el dogma que estamos popularizando es morir como sacrificios al culto de la banalidad.

Esta es Media para Neil Gaiman, y esta es la Media que nos propone la ciencia ficción como reflejo del poder que le damos a los medios. Esperemos que esto sea suficiente para ponernos a pensar por algún tiempo.

Respecto a esto se concluye de manera general que la literatura y la ciencia ficción en particular al usar un escenario lejano pero al mismo tiempo de nuestra propia creación sí pueden brindar grandes aportes al análisis de los fenómenos sociales y culturales por lo que también se recomienda su difusión como vehículo didáctico del análisis ilimitado de aspectos sociales.

## 2 Bibliografía

- Alvarado Vega, Ó. G. (2015). La literatura de ciencia ficción: Una mirada al futuro. *Revista humanidades*, 1-21.
- Aransay, A. L. (2009). *Computación Ubicua: Diseño de interacción centrada en usuario*. Universidad de Vigo.
- Asociación Colombiana de Facultades de Comunicación. (2004). Marco de fundamentación conceptual y especificaciones de la prueba ECAES en Comunicación e Información. Bogotá: AFACOM.
- Bakhtin, M. (1980). The Word in the novel. *Comparative Criticism* 2, 213-220.
- Barbero, J. (1987). *De los Medios a las Mediaciones*. México: Ediciones G. Gili, S.A. de C.V. .
- Barbero, J. M. (18 de Julio de 2012). *TEORIAS DE COMUNICACION LATINOAMERICANAS*. Obtenido de <http://teoriasdecomunicacionlatinoamericanas.blogspot.com/2012/07/jesus-martin-barbero.html>
- Benjamin, W. (1986). *Medios de comunicación: Globalización y Terror (Reflections: Essays, Aphorisms, Autobiographical Writings)*. Amazon.
- Bezos, J. (2014). *Bibliografías y su ortotipografía*. Madrid: Texnia.
- Bolaño, C., Páez, Á., & Herrera-Jaramillo, M. (2016). Mediación, subsunción y apropiación social. Contribución al diálogo entre estudios culturales, economía política y comunicación. *Revista latinoamericana de ciencias de la comunicación*, 152-165.

Bruhn, K. (2016). LA COMUNICACION Y LOS MEDIOS: METODOLOGIAS DE INVESTIGACION CUALITATIVA Y CUANTITATIVA. México: FONDO DE CULTURA ECONOMICA (MEXICO).

Carod-Artal, F. (2011). Alucinógenos en las culturas precolombinas mesoamericanas. *Neurología*, 42-49.

Comte, A. (2017). *Discurso sobre el espíritu positivo*. Barcelona: Alianza Editorial.

Craig, R., & Müller, H. (2007). *Theorizing Communication: Readings Across Traditions*. New York: SAGE publications.

Cruz Vilain, M. (2012). Los Medios Masivos de Comunicación y su papel en la construcción y deconstrucción de identidades: apuntes críticos para una reflexión inconclusa. *Reflexiones*, 189-199.

DeConceptos. (28 de marzo de 2019). *deconceptos.com*. Obtenido de <https://deconceptos.com/arte/moderno>

Dijk, T. V. (1999). El análisis crítico del discurso. *Anthropos*, 23-26.

Domínguez Coutiño, L. A. (2012). *Análisis de sistemas de información*. Tlanepantla: Red Tercer Milenio.

Eco, U. (1984). *Apocalípticos e Integrados*. Madrid: Lumen.

Foucault, M. (1998). *La voluntad del saber*. Madrid: Siglo XXI.

Frankenberg, G. (2011). Teoría Crítica. *Academia. Revista sobre la enseñanza del derecho*, 67-84.

Gaiman, N. (2010). *American Gods*. (M. Faerna, Trad.) Barcelona: Rocabolsillo.

Gaiman, N. (9 de Noviembre de 2015). The Julius Schwartz Lecture. (H. Jenkins, Entrevistador) Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=KU-tncC7qIw>

Gaiman, N. (12 de Julio de 2017). Neil Gaiman: Who are the New Gods? | American Gods. (A. Prime, Entrevistador) Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=2VZGfce3wjk>

Galeano, P., & Peña, D. (2019). *Data science, big data and statistics*. Cantabria: Universidad de Cantabria.

Galeano, P., & Peña, D. (2019). *Data Science, big data and statistics*. Cantabria: Universidad de Cantabria.

Gallegos Pérez, C. (2018). *Elaboración de fichas de lectura*. Santiago: Pontificia Universidad Católica de Chile.

Genette, G. (1979). *Introduction à l'architexte*. Paris: Seuil.

Gómez, M. S. (2016). El cine de metaficción en la cinematografía colombiana de los primeros 15 años del siglo. Medellín: Universidad de Medellín.

González Soriano, J. (2002). La teoría crítica de la Escuela de Frankfurt como proyecto histórico de racionalidad revolucionaria. *Revista de Filosofía*, 287-303.

Habermas, J. (1989). *Modernidad: un proyecto incompleto*. Buenos Aires: Punto Sur.

Hernández, R. H. (2014). *Metodología de la investigación*. México DF: Mc Graw Hill Education.

Hillón, D. V. (2015). Acercamientos a la ciencia ficción. En D. V. Hillón, *Ciencia ficción colombiana y Modernidad: una lectura de tres obras de la primera mitad del siglo XX* (págs. 173-187). Tunja: Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia (Uptc).

Honneth, A. (1997). *La lucha por el reconocimiento*. Barcelona: Grijalbo.

Horkheimer, M. (2006). *Teoría tradicional y teoría crítica*. Madrid: Paidós.

IAMCR. (19 de Abril de 2019). *IAMCR 2019 - Call for proposals*. Obtenido de <https://iamcr.org/madrid2019>

ICFJ. (2018). *Ética periodística en la era digital*. Washington: International Center for Journalists.

Jalil Cerejido, D. d. (2005). *Usos y gratificaciones de las bibliotecas digitales en los estudiantes de la UDLAP*. Cholula, Puebla, México: Universidad de las Américas Puebla.

Kidd, M. A. (2016). Archetypes, stereotypes and media representation in a multi-cultural. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 25-28.

Madureira, M. M. (2009). La Teoría Crítica de la Escuela de Frankfurt, de la primera a la tercera generación: un recorrido histórico-sistemático. *Revista Internacional de Filosofía Política*, 193-211.

Manovich, L. (2001). *El lenguaje de los nuevos medios*. Londres.

Manovich, L. (2006). *El Lenguaje de los nuevos medios de comunicación*. Buenos Aires: Paidós.

Marco de fundamentación conceptual y especificaciones de la prueba ECAES en Comunicación e Información. (2004). Bogotá: A.

Martínez, C. E. (2014). *Ciencia Ficción y Filosofía*. México: Universidad Autónoma de México.

Mattelart, A. D. (1972). *Para leer al pato Donald*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores.

McLuhan, M. (1998). *La Galaxia Gutenberg*. Barcelona: Círculo de Lectores.



Nistrom, L. M. (2009). *Literatura y sociedad en Colombia: Discurso, poder y lenguaje en Delirio de Laura Restrepo*. Oslo: Universidad de Oslo.

Noguera-Vivo, J. M. (2016). “Metamedios y periodismo: revisión panorámica de los nuevos cibermedios”. *El profesional de la información*, 341-350.

Norbeto Botto, M. (2018). Edgar Morin. La cultura de masas como objeto de análisis. *Question*, 1-19.

ONU. (1948). Declaración universal de los derechos humanos.

Ortiz Chaparro, F. (1995). *Autopistas Inteligentes*. Madrid: Fundesco.

Peña Vera, T., & Pirella Morillo, J. (2007). La complejidad del análisis documental. *Información, cultura y sociedad: revista del Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas*, 55-81.

Quiroga Clérico, M. (2002). *La crítica literaria como fenómeno literario*. Madrid: Universidad Complutense.

Rata, I. (2015). The Role of Intertextuality in Neil Gaiman’s *American Gods*. *Cultural intertexts*, 1403-112.

Revista Semana. (2016). ¿Sabe cuántas horas pierde su hijo frente al televisor? *Revista Semana*.

Rodríguez, D. V. (2015). *Ciencia ficción colombiana y Modernidad: una lectura de tres obras de la primera mitad del siglo XX*. Bogotá : Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia (Uptc).

Sierra, F. R. (2004). LOS LÍMITES DEL GÉNERO LITERARIO Y EL DISCURSO CRÍTICO: EL CASO DE LA NOVELA EN MARRUECOS. *PHILOLOGIA HISPALENSIS*, 181-190.

ULPGC. (8 de Abril de 2019). Obtenido de Universidad de las palmas de Gran Canaria: [http://www2.ulpgc.es/hege/almacen/download/4/4584/Practica\\_4.pdf](http://www2.ulpgc.es/hege/almacen/download/4/4584/Practica_4.pdf)

Universidad Javeriana. (4 de 19 de 2019). *Catedra UNESCO de Comunicacion*. Obtenido de <https://www.javeriana.edu.co/unesco/objetivos.html>

Urteaga, E. (2012). El pensamiento de Alfred Schutz: Una sociología fenomenológica. Barcelona: Universidad del País Vasco.

Van Dijk, T. (1999). Análisis crítico del discurso. *Anthropos*, 23-36.

Van Dijk, T. (2013). *Discourse and Knowledge*. San Petersburgo: Yevropeyskiy universitet v Sankt-Peterburge. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=sxfc-WJRKEM>

Wiki, A. G. (28 de Octubre de 2019). *American Gods Wiki*. Obtenido de American Gods Wiki: <https://americangods.fandom.com/wiki/Media>

Wikipedia. (30 de Abril de 2018). *Definición de Meta (prefijo)*. Obtenido de [https://es.wikipedia.org/wiki/Meta\\_\(prefijo\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Meta_(prefijo))

Wikipedia. (21 de Abril de 2019). *Wikipedia - American Gods*. Obtenido de [https://es.wikipedia.org/wiki/American\\_Gods](https://es.wikipedia.org/wiki/American_Gods)

Wordpress. (15 de Mayo de 2018). *Evaluacion educativa Blog*. Obtenido de Técnica de Análisis de Datos: TRIANGULACIÓN: <https://mariae22.wordpress.com/2009/05/02/tecnicas-de-analisis/>