

LA DIMENSIÓN AFECTIVO-EMOCIONAL EN LAS TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN: VACÍOS Y POSIBILIDADES

<https://doi.org/10.56754/0718-4867.2025.3752>

Dr. Alejandro Grimson

Universidad Nacional de San Martín y CONICET, Buenos Aires, Argentina

alegrimson@gmail.com

ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0001-7177-4853>

Dra. Marta Rizo García

Universidad Autónoma de la Ciudad de México, Ciudad de México, México

marta.rizo@uacm.edu.mx

ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0003-3066-1419>

Recibido el 2025-01-27

Revisado el 2025-03-10

Aceptado el 2025-03-21

Publicado el 2025-06-30

Resumen

Introducción: El artículo plantea la necesidad de incorporar la dimensión afectiva y emocional en las teorías de la comunicación. A partir de un recorrido por las teorías clásicas y por aportaciones como los estudios culturales y enfoques que abordan la comunicación interpersonal, se plantea una crítica a la omisión de lo afectivo y lo emocional en el pensamiento comunicacional. Las reflexiones se inscriben en propuestas como el Giro Afectivo en ciencias sociales y retoman contribuciones de la sociología y la antropología de las emociones y de los cuerpos. Se parte de la necesidad de romper con los binarismos y las dicotomías de razón-emoción y cuerpo-mente, entre otras, para comprender a la comunicación como un proceso de producción de sentido que no puede omitir lo emocional.

Objetivos: Revisar la presencia de la dimensión afectiva y emocional en las teorías de la

comunicación clásicas y actuales y reflexionar en torno a los vacíos y las posibilidades de esta mirada en el ámbito de las teorías de la comunicación. **Metodología:** Al tratarse de un ensayo, la metodología es fundamentalmente la revisión documental y el análisis e interpretación de documentos. **Resultados:** La investigación documental da cuenta de una omisión notable de lo afectivo y lo emocional en las teorías de la comunicación. Además de un recorrido por las tradiciones clásicas en los estudios sobre fenómenos comunicativos, se incorpora una breve revisión de algunas propuestas y conceptualizaciones recientes que dan cuenta del potencial de lo emocional y lo afectivo en los análisis de los actos comunicativos que hoy tienen entre sus principales escenarios a las tecnologías digitales. **Conclusiones:** La discusión que se ofrece en el ensayo amplía el debate en torno al objeto de estudio de la comunicación y, sobre todo, en torno a las perspectivas que históricamente han sido omitidas de la investigación comunicacional pese a tener un gran potencial explicativo de los fenómenos comunicativos.

Palabras clave: emociones, enfoque sociocultural, epistemología, investigación, teoría social, comunicación.

Article

THE AFFECTIVE-EMOTIONAL DIMENSION IN COMMUNICATION THEORIES: GAPS AND POSSIBILITIES

Abstract

Introduction: This article raises the need to incorporate the affective and emotional dimensions into communication theories. Based on a review of classical theories and contributions such as cultural studies and approaches that address interpersonal communication, it critiques the omission of the affective and emotional dimensions in communication thought. The reflections are inscribed within proposals such as the Affective Turn in Social Sciences and incorporate contributions from the sociology and anthropology of emotions and bodies. It begins with the need to break with the binarism and dichotomies of reason-emotion and body-mind, among others, to understand communication as a process of meaning production that cannot omit the emotional. **Objectives:** To examine the presence of the affective and emotional dimension in both classical and contemporary communication theories and to reflect on the gaps and possibilities of this perspective in the field of communication theories. **Methodology:** As this is an essay, the methodology is fundamentally a documentary review and analysis and interpretation of documents. **Results:** This documentary research reveals a notable omission of the affective and emotional aspects in communication theories. In addition to a review of classical traditions in the study of communicative phenomena, it also includes a brief review of some recent proposals and conceptualizations that reflect the potential of the emotional and affective aspects in the analysis of communicative acts, which today primarily involve digital technologies. **Conclusions:** The discussion offered in this essay broadens the debate surrounding the object of the study of communication and, above all, regarding the perspectives that have historically been omitted from communication research despite having great explanatory potential for communicative phenomena.

Keywords: emotions, sociocultural approach, epistemology, research, social theory, communication.

1. Introducción

Un recorrido sintético por las teorías de la comunicación permite comprender que la dimensión afectiva y emocional en la mayoría de los casos no fue siquiera considerada. Ciertamente ha habido autores y abordajes que han señalado adecuadamente su relevancia, y estudios empíricos sobre algún proceso de comunicación con acento secundario en lo emocional y lo afectivo. Sin embargo, es hora de postular que estas dimensiones son constitutivas de la comunicación humana. Como no hay procesos comunicacionales fuera de lazos afectivos o emocionales, las teorías contemporáneas de la comunicación deben debatir su lugar, su espacio, su relevancia probablemente variable, pero ya no pueden continuar haciendo oídos sordos.

La relación entre las emociones y la comunicación no es un tema nuevo, aunque muchas de las aportaciones se han hecho desde disciplinas distintas a la comunicación, como la psicología, la antropología y la sociología. Es sugerente identificar los elementos del Giro Afectivo (Clough & Halley, 2007) que pueden complejizar el abordaje de los procesos comunicativos, con el fin último de defender que la teoría de la comunicación se enriquece con la incorporación de la dimensión emocional-afectiva.

En las últimas décadas, la investigación en comunicación ha relegado a lugar muy secundario, casi residual, las referencias a lo emocional y lo afectivo, y la mayoría de los trabajos proceden de la psicología (Ekman & Oster, 1979; Peake & Egli, 1982). La relación entre el cuerpo, la comunicación y las emociones permite explicar la dimensión afectiva y corpórea de la comunicación y simultáneamente la dimensión significativa del cuerpo. Lo anterior tuvo un amplio desarrollo en la investigación de la comunicación en los años 70 y 80 del siglo 20, pero no así en el contexto más reciente, en el que observamos que la mayoría de las aportaciones son de corte psicológico, antropológico y sociológico (Bericat, 1999; Belli, 2009; Bolaños, 2015; Muñiz & List, 2007; Le-Breton, 1999; Scribano, 2009).

Pretendemos, entonces, identificar la presencia residual de lo emocional en la historia de las teorías de la comunicación para demostrar que la incorporación de lo afectivo-emocional puede devenir una herramienta reflexiva y analítica sugerente para el abordaje de fenómenos comunicativos actuales.

Sin lugar a duda, los afectos y las emociones son centrales en la dimensión tanto interpersonal como mediada de los procesos de comunicación. Es extraño, entonces, que el

pensamiento comunicacional haya mirado de modo tan residual a las emociones y los afectos, siendo estos un dispositivo de análisis social y cultural que no puede obviarse en la mayoría de las reflexiones que podemos hacer sobre nuestros entornos. Entornos que no pueden comprenderse, hoy, sin tomar en cuenta la centralidad de la comunicación -y de las emociones-. Como afirman Duch y Chillón, “en cada ahora y aquí concretos, los medios y el ciberentorno traducen lo simbólico hasta tornarlo comprensible y emocionalmente satisfactorio para el grueso de la población” (Chillón & Duch, 2012, p. 169).

En estas páginas asumimos que la comunicación es, antes que cualquier otra cosa, un proceso de producción de sentido. Al hablar de los objetos de estudio de la comunicación, Fuentes Navarro, precisamente afirma que:

En el centro de nuestro objeto de estudio, la comunicación, no están los “mensajes” o los “contenidos” sino las relaciones, establecidas e investigadas a través de sus múltiples mediaciones, entre la producción de sentido y la identidad de los sujetos sociales en las más diversas prácticas socioculturales (Fuentes, 2008, p. 113).

El “giro afectivo” en las ciencias sociales comenzó hace unos quince años (Clough & Halley, 2007; Leys, 2011; McElhinny, 2010). El punto ahora es superar cualquier binarismo entre sentimientos y racionalidad. Esa oposición fue el “error de Descartes” (Damasio, 1995). El afecto es relacional, intersubjetivo, constitutivo de las diferentes racionalidades y situado (Berg & Ramos-Zayas, 2015). “Por mucho tiempo las pasiones han sido condenadas como factor de turbación o de pérdida natural de la razón” (Bodei, 1995, p. 9). Se trata de una división artificial. Toda práctica y todo proceso comunicativos son también constitutivamente emocionales, en tanto la acción de poner en común permite el cultivo de la afectividad (cfr. Chillón & Duch, 2012, p. 34).

Por supuesto, puede haber –como dice el dicho- emociones que “nublen la razón”. Pero pueden ser tanto pasiones tristes (como el odio) como pasiones alegres (como la idealización del otro). Puede haber argumentos racionales e intereses que nublen las prioridades. Algunas de las experiencias más horribles de la historia humana no fueron el dominio de las emociones sobre la razón. Puede haber pasiones muy racionales, profundamente lógicas.

Nuestro objetivo aquí es realizar los rastreos históricos y la propuesta teórica buscando superar estas oposiciones y binarismos sin sentido, comprendiendo la imbricación entre dimensiones en toda acción social y en toda acción comunicativa.

2. Revisión de las teorías de la comunicación clásicas (de la Mass Communication Research a la agenda setting)

En un artículo clásico, Héctor Schmucler (1992) afirmaba que “la historia de las teorías y de los estudios sobre los medios de comunicación masiva es la historia de cómo fueron observados e interpretados los efectos de los medios”. En ese recorrido, como dijimos, la dimensión emocional quedó olvidada, salvo excepciones.

La famosa “teoría de la aguja hipodérmica”, según la cual los mensajes de los medios eran considerados como inyecciones que fabricaban la voluntad de los destinatarios implicaba, a la vez, una racionalidad llevada al extremo en la emisión y la total anulación de la voluntad y subjetividad en la “recepción”. Como buen médico, el buen emisor tenía intenciones de una claridad absoluta, lo cual a veces es bastante dudoso y otras no. Pero incluso cuando los intereses y los objetivos fueron precisos, es llamativo que no haya preguntas acerca de los deseos, las esperanzas y las ilusiones que despiertan la realización de esa vocación de un poder absoluto.

Pero, sobre todo, esa total carencia de voluntad implica una literalidad completa de la metáfora del público cautivo. Porque esa cautividad para que las masas aceptaran ser inyectadas una y otra vez, hasta el infinito, debería (en su absurdo y en su componente serio, de pregunta de investigación) implicar un goce, una adicción, un control descomunal del deseo y la voluntad de millones.

Evidentemente, tanto en el conductismo del diseño emisor-mensaje-receptor como un procedimiento de estímulo-respuesta como en la teoría matemática de la información, no hay lugar para una teoría de la comunicación que asuma el papel de las emociones en los procesos comunicativos.

En las visiones deudoras de Pávlov, las emociones pueden ser concebidas como conductas involuntarias o como un factor que afecte a un reflejo. En otras palabras, a lo sumo podría ser concebida, en el lenguaje de los ingenieros, en tanto “ruido”, en el sentido de una incidencia distorsionante.

En la pregunta clásica acerca de “quién dice qué a quién a través de qué canal y con qué efectos” podemos inventarnos la dimensión emocional, pero no estaba allí, o al menos no estaba claramente considerada ni del lado de los emisores ni del lado de los receptores. Como diría Schmucler (1992), “se desplazaron las palabras claves: lo que primero fue manipulación, luego fue persuasión, influencia, para llegar por fin a las funciones”. Pero lo afectivo y lo emocional seguía sin estar.

Sin embargo, fue en un contexto teórico funcionalista donde una perspectiva sesgada de los afectos tuvo un lugar peculiar:

la influencia de las comunicaciones de masas sería incomprensible si no se considera su importancia respecto a los criterios de experiencia y a los contextos situacionales del público: los mensajes son disfrutados, interpretados y adaptados al contexto subjetivo de experiencias, conocimientos, motivaciones (Merton, 1982, en Wolf, 1987, p. 39).

Los mensajes son *disfrutados*, o no, o *generan repugnancia*, podríamos agregar, pero donde la pregunta de investigación era: aquello que se consume, ¿genera gratificaciones? Y esas “gratificaciones” no eran sólo del orden cognitivo. La teoría de los usos y gratificaciones modificó el sentido de la pregunta que planteaban los estudiosos de los efectos de los medios; ahora interesaba ver qué efecto tenía la gente en los medios, y no a la inversa. Para ello, identificó que los usuarios de los medios elegían deliberadamente qué mensajes consumir, con el fin de satisfacer necesidades de corte cognitivo, pero también psicológico y, aunque no se decía explícitamente, emocional. Nos referimos a necesidades como escapar, interactuar con otros, divertirse, relajarse.

Ahí estaban las emociones, aunque de forma muy superficial. Estamos señalando esta presencia relativamente secundaria, pero presencia al fin, en lugar de hacer hincapié en lo que finalmente resultará obvio: la distancia entre esta visión funcionalista y una teoría de las emociones como constitutivas de la vida social.

Existen teorías como la de la agenda setting y la tematización, ampliamente utilizadas en el campo de estudios de la comunicación política y la opinión pública, en las que se observan algunas referencias a la dimensión emocional de, por ejemplo, los criterios para el voto por parte de los electores, o a las narrativas emocionales presentes en los programas políticos,

por citar algunos temas. En estos casos, vemos un uso sobre todo instrumental de lo emocional-afectivo en la investigación empírica, pero la mirada teórica sobre lo emocional como constitutivo de la comunicación sigue siendo superficial.

En los recorridos de las teorías de la comunicación desde distintas disciplinas, un foco particular estuvo y está definido por la crítica ético-política del papel de los medios masivos, de la industria cultural, de las transformaciones tecnológicas. Eso no se restringe ni a la mirada filosófica ni a ninguna otra disciplina. Se trata más bien de una mirada transversal, recurrente en distintas épocas, con concepciones en otras dimensiones escasamente congruentes, ya que beben y se informan de tradiciones disímiles. Pero podríamos sugerir, a modo de hipótesis, acerca de todas ellas, que la dimensión afectiva-emocional ocupa más bien el sitio (en aquellos casos que lo ocupa) de una función distorsionante, opuesta a la racionalidad, o que permite erosionar las racionalidades deseables.

Si el mundo es tremendamente injusto, parece argumentarse, es en parte porque las tecnologías de la comunicación logran cautivar (con la colaboración de emociones no domesticadas por la razón) a grandes mayorías. En un determinismo más temperado se agregaría “en ciertos contextos históricos”. Puede considerarse que no es poca esa aclaración, pero también es cierto que modera la causalidad, pero no coloca a la tecnología como constitutiva más que como causa separable.

Ahora bien, si no es entre los “apocalípticos” tampoco sería entre los “integrados” que podrán encontrarse algunos rastros fuertes de la presencia de lo corporal, lo emocional y lo afectivo en las teorías de la comunicación. Más bien, algunas marcas relevantes se encuentran en las teorías de la comunicación humana que no miraban hacia los medios de comunicación.

Por ello, más allá de las teorías de la comunicación mediática, es central retomar los aportes de teóricos -sobre todo procedentes de la psicología social y de la antropología- interesados por la comunicación interpersonal, que teorizaron los procesos de comunicación poniendo énfasis en las situaciones de interacción cara a cara, en situaciones de copresencia espacial y temporal. Fue inevitable que estas aportaciones tomaran en cuenta al cuerpo, y el cuerpo no puede comprenderse si no es como construcción sociocultural y, sobre todo, como dispositivo comunicativo que expresa y recibe emociones y afectos. La comunicación

interpersonal nunca ocurre en el vacío emocional, y es imposible pensar en una comunicación únicamente marcada por el intercambio racional de información.

El interaccionismo simbólico de Blumer y Goffman, y más recientemente de Collins, así como la propuesta sistémica desarrollada en Palo Alto bajo el título de pragmática de la comunicación humana por Watzlawick, Bateson, Hall, Winkin, entre otros, son quizás los aportes más importantes sobre teoría de la comunicación no mediática. Y es en estas aportaciones donde aparecen algunas huellas de lo afectivo y lo emocional como dimensiones constitutivas de toda acción comunicativa. Posteriormente regresamos a este asunto.

3. Los Estudios Culturales británicos y latinoamericanos

Tampoco los *Cultural Studies* británicos en los años 60, y su apropiación en América Latina a partir de los 80 tuvieron a lo emocional y lo afectivo en el centro de su mirada para analizar los fenómenos comunicativos. O no de forma explícita.

En el campo de estudios de las emociones existe una aproximación que se ha denominado “estudios socioculturales de las emociones”, y que tiene como eje la comprensión de las emociones como construcciones culturales, cuyo significado no puede entenderse, entonces, por fuera del entorno en el que son experimentadas y expresadas. Harre (1988), por ejemplo, pone el acento en la relevancia de los factores culturales y lingüísticos por encima de los biológicos (Harre, 1988, p. 4) y plantea que existen una gran variedad de repertorios emocionales en los diferentes pueblos y culturas” (Harre, 1988, p. 8). En este sentido, la antropología cultural de las emociones pone en valor la importancia de las emociones en el análisis cultural, como una categoría que no puede omitirse en ninguna reflexión que pretenda seriedad. Aunque parece que lo emocional es, sin duda, relevante para los análisis culturales, los Estudios Culturales en comunicación no lo tomaron suficientemente en cuenta. Veamos con un poco de detalle algunos ejemplos que ilustran esta desatención.

Vale la pena contrastar dos textos cruciales de Stuart Hall. Por una parte, en su breve pero insoslayable “encoding/decoding” (1973), la dimensión emocional brilla por su ausencia. Es decir, lo afectivo no ingresa en los procesos de codificación ni de decodificación de los mensajes. En ese sentido, es un texto dentro de las tradiciones teóricas clásicas, aunque su apertura a distintos tipos de lectura o interpretaciones obviamente implica una fuerte innovación (Hall, 1973). Sin embargo, en su clásico libro colectivo sobre el ascenso del

thatcherismo, *Policing the crisis* (1983), sí introduce una dimensión de este tipo (Hall, 1983).

En la Gran Bretaña de los años setenta se fue generando un pánico moral (Hall *et al.*, 2023). No se trataba tanto de cuán real o imaginado es el carácter dramático de la crisis, sino en cómo fue categorizada, simbolizada, significada, sentida. Porque la gobernabilidad de la crisis se juega en la institución de nuevas palabras y de sensibilidades asociadas a ellas. En ese marco, Stuart Hall *et al.* dieron cuenta de las correlaciones entre el pánico instalado ante la “ola de atracos” (un término novedoso para la Gran Bretaña de inicios de los setenta). Resulta fascinante que aquello que el trabajo colectivo revela para la política, la centralidad de la fabricación de pánico (una exacerbación de la categoría clásica de Maquiavelo sobre el papel del miedo en la política) pueda ser esquivado cuando se aborda una conceptualización del proceso comunicacional. Para el abordaje del papel del miedo en la política, es también relevante el trabajo de Gil-Calvo (2003), en el que afirma que el miedo termina por convertirse en el mensaje en una coyuntura de incremento del alarmismo social en parte favorecido por los medios de comunicación.

En un trabajo teórico sistemático, como el que abordó Williams en su clásico *Marxismo y Literatura* (2000), sí aparecen en un lugar destacado los sentimientos. Recordemos que Williams (2000) se encuentra, al mismo tiempo, destituyendo la metáfora arquitectónica de base y superestructura, y, por otra parte, explicando que no hay sinonimia entre el término determinación y el término causalidad. Determinación significa, a la vez, delimitación y presión en ciertas direcciones, pero no tiene en absoluto implicancias mecanicistas. Es en ese derrotero teórico, cuando está construyendo una serie conceptual que pudiera explicar una determinación compleja concebida de ese modo, como aparece el concepto de estructuras del sentimiento. Para Williams (2000), la cultura es constitutiva de la vida material y eso significa que lo son las memorias y tradiciones selectivas, las formaciones e instituciones, así como -entre otros elementos- estas estructuras del sentir. Las estructuras de sentimiento, o de la experiencia, como también las denomina Williams (2000), indican cambios de estado y dirigen la atención hacia lo intangible, expresado en las subjetividades e interacciones. El potencial explicativo del concepto de Williams (2000) no es menor, incluso ha sido utilizado en algunas reflexiones sobre los medios de comunicación como productores de subjetividades, como plataformas para la difusión de nuevos modos de sentir, de articular entornos afectivos, de afectar y ser afectados, en las culturas contemporáneas.

La cuestión relevante para nuestro texto consiste en que los sentimientos aparecen asociados a formas prevaletentes de percepción y significación. La verdad es que, en Williams (2000), la palabra “estructura” parece más una concesión al debate de los setenta que cualquier presencia argumentada o explicada detenidamente.

Hay que reconocer que en las teorías de la comunicación lo afectivo-emocional es una dimensión prácticamente inexistente no sólo supone un ejercicio de crítica, que lo es, sino que también implica una voluntad de propiciar nuevos modos de mirar y observar la realidad a partir de una mirada comunicativa que incorpore como central esta dimensión senso-emocional y corporal-afectiva.

Los Estudios Culturales en comunicación en el contexto de América Latina no fueron una mera reproducción de lo construido en Birmingham. La centralidad de lo popular, las discusiones sobre la democratización de la comunicación, y los propios contextos sociopolíticos de la región hacen particular la apropiación de los *cultural studies* en América Latina. En las discusiones sobre las culturas populares, así como en las investigaciones sobre mediaciones en las recepciones mediáticas -sobre todo televisivas- las emociones y los sentimientos parecen no ser centrales. Martín-Barbero (1987), en su clásico *De los medios a las mediaciones* (1987) o Guillermo Orozco (1997), en sus múltiples trabajos sobre audiencias, transitan desde miradas más filosóficas sobre el papel de la ciudadanía en los procesos de construcción de las culturas populares en las urbes latinoamericanas a trabajos de corte más empírico sobre la relación entre las ciudadanías y los medios de comunicación, con propuestas como la de los usos sociales de la tecnología y el modelo de las multimediaciones, respectivamente. En estas aportaciones no encontramos referencias claras al papel que juegan las emociones en las cotidianidades de los sujetos consumidores, y más bien notamos un papel preponderante de lo ideológico, lo cognitivo y lo institucional como principales mediaciones en la relación entre las personas y los medios, considerados éstos como dispositivos culturales fundamentales en la socialización.

También es importante mencionar los trabajos de Rossana Reguillo. En su ensayo sobre los miedos contemporáneos, Reguillo (2006) define al miedo como una emoción que altera la percepción y el proceso de razonamiento frente a una situación particular (p. 26). La antropóloga mexicana menciona el papel de los medios de comunicación en la amplificación del miedo y la percepción de inseguridad; los medios, dice, simplifican la realidad con retóricas estigmatizadoras, y ello, junto con la crisis de las instituciones, genera condiciones

ideales para que la emoción del miedo se siga propagando a marchas aceleradas. Sus trabajos empíricos sobre los miedos y las violencias urbanas tienen en lo emocional una base importante. Pero ello tampoco ha tenido mucha repercusión en el campo de las teorías de la comunicación, pues Reguillo se ha movido sobre todo en el espacio de la antropología y la sociología, y en menor medida, en la comunicación.

4. ¿Qué elemento de la comunicación tiene que ver con lo emocional y lo afectivo?

Como dijimos, donde se encuentran rastros teóricos fuertes y relevantes para pensar la cuestión del cuerpo y las emociones es en el colectivo difuso o inorgánico denominado en los setenta u ochenta la “nueva comunicación”, un conjunto de autores no siempre relacionados entre sí que trabajaron la comunicación humana, particularmente lo que aquella época se denominó “la comunicación no verbal”.

Aquí mencionamos sólo algunas dimensiones y referencias puntuales en esta concepción orquestal de la comunicación (Winkin, 1984), donde no sólo se comunica con el lenguaje verbal, sino que “es imposible no comunicar”. Podemos mencionar los análisis pioneros de Bateson sobre el *double bind*, con la escena del amparo y rechazo en la relación madre-hijo, una cuestión estrictamente corporal, implícita, corporal y afectiva. El doble vínculo propuesto por Bateson es generador de un dilema comunicativo ante lo contradictorio de dos o más mensajes. Aunque el autor no lo dijo de forma explícita, esta situación comunicativa era causante de sufrimiento y, en última instancia, podría provocar trastornos psicológicos.

Otro antropólogo crucial fue Edward Hall (1972). En *La dimensión oculta* (1972) estudia cómo el uso social del espacio comunica y es cambiante entre culturas, produciendo malentendidos, pero también situaciones de humillación, de orgullo, entre otras. Allí aparece con fuerza la cuestión de la *proxémica* que iría adquiriendo creciente relevancia. Por su parte, en *El lenguaje silencioso* (1989) Hall (1989) toma la dimensión del tiempo, de la policromía y muestra también cómo se produce sentido sin apelar a las palabras. Aunque el cuerpo es uno de los dispositivos básicos en la expresión de las emociones, en Hall tampoco aparece de forma clara la dimensión emocional y afectiva de la comunicación no verbal.

Un autor clave en esta línea ha sido Erving Goffman, en toda su obra. La metáfora dramática de actores, escenarios, guiones y bambalinas introduce una dimensión sobre lo correcto e incorrecto, lo aceptable e inaceptable en las acciones vinculadas con la identidad, con el sí mismo, en los procesos de interacción. Evidentemente en *Estigma* (2006), en *Internados* (2001), y en la obra más citada del autor en el mundo de la comunicación, *La presentación de la persona en la vida cotidiana* (1997), pueden encontrarse muchas otras “descripciones densas” sobre cómo funcionan estas dimensiones. Quizás una escasamente conocida sea el libro *Ritual de interacción* (1970), donde incluye lo que denomina “rituales de rostro”, ya que la cara debe ser el resultado de un autocuidado, de un trabajo facial, para presentarse ante los otros. Lo más evidente puede ser las pinturas de la cara, el afeitarse, la peluquería, pero también los anteojos, sombreros, tinturas, así como las sonrisas, el sonreír para la foto, el llanto y tantos otros elementos que fueron bien capturados por los emoticones. Ahora, qué sucede cuando alguien “se pone colorado”: hay una emoción incontrolable que se expresa en el rostro sin voluntad de expresarla. Lo mismo cuando se escapa una carcajada, un llanto descontrolado o tantas otras situaciones (Goffman, 1970, 1997, 2001, 2006). En la “emisión del mensaje” (Goffman no usa esta conceptualización) no siempre hay voluntad.

El ser humano, sujeto-cuerpo, es un actor del escenario teatral que es la realidad de la vida cotidiana. El cuerpo es portador de sentido, provoca significaciones, de modo que las personas se presentan ante otras por medio del cuerpo, y las apariencias, con todos sus componentes, adquieren una importancia cabal en estas situaciones de comunicación. Esta presentación ante los demás se da por medio de señales sobre todo no verbales, lo que Goffman denomina “glosario del cuerpo”. Esta glosa corporal supone el “proceso mediante el cual una persona utiliza claramente los gestos corporales para que se puedan deducir otros aspectos, no apreciables de otro modo de su situación” (Goffman, 1979, p. 30). Las glosas corporales facilitan, pero no determinan, las interpretaciones que cada sujeto en interacción quiere proyectar al otro. ¿Qué de estas glosas corporales tiene que ver con lo que las personas quieren proyectar en términos de emociones y sentimientos? Más allá de considerar que el cuerpo habla de quien lo porta, Goffman no pone mucho énfasis en el intercambio emocional entre interactuantes.

Esto nos remonta a otra tradición, como es el psicoanálisis. Porque mientras en varias de las teorías de la comunicación el centro está colocado en la intención del emisor, en la voluntad, el psicoanálisis funda el trabajo sobre el lapsus, el error, el chiste y su relación con el inconsciente, el estar fuera de quicio. Obviamente no hay espacio aquí para pensar las

relaciones entre el psicoanálisis y la comunicación. Pero sí debemos subrayar que las nociones voluntaristas o racionalistas fueron tempranamente destituidas. Y que líneas de trabajo posteriores, incluso en tensión con visiones más clásicas, profundizan en modo sistemático en la cuestión del goce, el deseo y el poder.

Por eso, es necesario distinguir las teorías de la comunicación como teorías políticas de la manipulación, con sus efectos poderosos, sus efectos moderados y sus efectos resistidos, de una teoría multidimensional de la comunicación, como la que pretendió la Escuela de Palo Alto en su *Pragmatics of human communication* (1967). Si en la primera, la acción comunicativa es básicamente una acción racional con arreglo a valores o con respecto a fines, ¿qué sucede si no reducimos la acción social a las acciones racionales? No nos referimos exclusivamente a lo más básico de la antropología social desde hace más de un siglo, que es la existencia de diferentes racionalidades en distintas sociedades, culturas y en la misma sociedad. Nos referimos a que introducir la emocionalidad como dimensión constitutiva, como dimensión no opuesta a la racionalidad, plantea no sólo otra concepción de lo social, sino también otro modo de mirar la comunicación.

Al respecto, es interesante recuperar aquí los aportes de Randall Collins, continuador del interaccionismo simbólico goffmaniano, que hace mucho más explícita la dimensión emocional de la comunicación en su propuesta. En *Cadenas de rituales de interacción* (2009), Collins expone un recorrido minucioso por las principales tradiciones de análisis de los rituales: la cognitiva, la funcionalista, la goffmaniana y el estructuralismo francés. En su propuesta, la comunicación aparece vinculada a la emoción compartida y no únicamente a la racionalidad argumentativa de los sujetos que interactúan en una situación dada. El núcleo central de los rituales de interacción implica un proceso en el que los participantes desarrollan un foco de atención común y en el que sus ritmos corporales y sus emociones, entran en lo que el autor denomina “consonancia recíproca” (Collins, 2009, p. 71), consonancia que puede comprenderse como resultado de un foco común entre quienes se comunican. La consonancia es, entonces, emocional. Lo que aumenta o disminuye la energía emocional en situaciones de comunicación específicas es la consonancia de gestos comunicativos y ritmos emocionales entre los participantes de un determinado ritual de interacción, como puede ser una fiesta, una celebración de fin de año o un encuentro nocturno entre amigos. La energía emocional se acumula en recuerdos, ideas, creencias y símbolos y se recicla en redes conversacionales, en diálogos interiores y en cadenas de rituales de interacción que tengan lugar posteriormente. Estos elementos son

fundamentales para comprender el papel de las emociones en esta propuesta teórica que, lamentablemente, no ha tenido mucho eco en las teorías de la comunicación.

Como puede leerse, los rituales, que fueran tan importantes para los estudios culturales y que sin duda son fundamentales para el pensamiento antropológico y comunicacional, no pueden comprenderse sin atender a su dimensión emocional y afectiva. Y no hay que perder de vista que toda situación de comunicación parte de un encuentro entre cuerpos cargados de emociones y también, de conciencia por el efecto de los encuentros vividos o experimentados con anterioridad.

“Prestar atención a los afectos muchas veces ayuda a advertir qué sostiene a los sujetos en determinadas posiciones o lugares, qué los adhiere, ‘pega’ (Ahmed, 2004), enlaza, vincula o junta” (Abramowski & Canevaro, 2017, p. 15). Y eso que los enlaza, vincula o junta, ¿no es acaso la comunicación? La relación entre emociones y comunicación pasa muchas veces por reflexiones sobre el lenguaje, aunque consideramos que trasciende la comunicación lingüística y se instala sobre todo en los cuerpos.

Las emociones son experiencias corporales naturales que, después de haber sido experimentadas corporalmente, pueden ser nombradas, expresadas por medio del lenguaje, un lenguaje que, atendiendo a Belli (2009), es irracional y subjetivo: “primero sentimos en el cuerpo lo que más tarde sale por nuestras bocas en forma de un discurso que en cierto modo se opone a la razón” (p. 16). Una de las principales aportaciones sociológicas y antropológicas sobre el cuerpo es la del francés David Le Breton. En una de sus obras, *Cuerpo sensible* (2010), afirma que la máxima de Descartes “pienso, luego existo” se transforma hoy en un “siento, luego existo”, y que los sentidos, mediados por el cuerpo, dan pistas sobre el entorno (Le-Breton, 2010). La experiencia social es, entonces, una experiencia corporal y emocional.

La discusión sobre si las emociones son o no construcciones socioculturales es, cuando menos, innecesaria y estéril. Lo que las emociones permiten es compartir (Larsson, 1997), y ello guarda relación con lo que podemos denominar dimensión emocional de la comunicación, que como hemos visto, no ha sido muy tomada en cuenta en la historia de las teorías de la comunicación. Izquierdo afirma que “una característica esencial de la experiencia emocional es su expresión. Si la experiencia emocional incluye su expresión, el

propósito primario de la interacción es comunicar, de forma verbal y no verbal, sentimientos y necesidades a los otros” (Izquierdo, 2000, p. 135).

La mayoría de las reflexiones que estamos considerando sobre las emociones y los afectos emanan de miradas sociológicas y psicosociales. Es casi inexistente la reflexión comunicativa sobre las emociones, pese a que, como ya hemos reiterado, no puede obviarse la naturaleza emocional de la comunicación y el potencial comunicativo de lo emocional. Y es que lo que Chillón y Duch (2015) denominan la panmediación de la comunicación “incide en el mundo de la vida contemporáneo, en las historias y acciones, en las memorias e imaginarios, en los sentimientos y emociones, en las creencias e ideas que constituyen el concreto vivir de los grupos y los sujetos” (Chillón & Duch, 2015, p. 68).

La sociología de las emociones cuenta con un bagaje de más de cuatro décadas (Bericat, 2016). En “The sociology of emotions”, el autor ofrece un estado de la cuestión muy detallado sobre las aportaciones de la sociología de las emociones al pensamiento sociológico. Uno de los principales logros de la sociología de las emociones es que “abre un importante horizonte de estudio social, necesario también para el desarrollo de metateorías sociológicas que subsanen el sesgo racionalista que afecta a casi todas ellas” (Bericat, 2000, p. 149). Es interesante ver si las teorías de la comunicación, así como la teoría social, han estado marcadas por un sesgo racionalista.

Desde un enfoque que la relaciona con la comunión y la puesta en común entre personas, la comunicación ha sido analizada a partir de tres componentes: uno cognitivo, que da cuenta de cómo se aprehende el objeto externo o el mundo natural; uno valorativo, según el cual la comunicación permite al sujeto captar el mundo social; y uno emotivo, el que más nos interesa aquí, orientado “a la aprehensión de todo aquello considerado sujeto-objeto interno (mundo personal)” (Bericat, 1999, p. 228). Este último componente nos parece fundamental para defender la importancia de la dimensión emocional de la comunicación y, simultáneamente, para fortalecer la idea de la comunicabilidad de las emociones.

En las situaciones específicas de comunicación, nuestras emociones nos proporcionan información de los otros y de nosotros. Por ello podemos hablar de la comunicación emocional como una capacidad intrínsecamente humana que es básica en todas las relaciones interpersonales e intersubjetivas que sostenemos con nuestros semejantes.

5. El Giro Afectivo en la comunicación: retos y posibilidades

La frontera entre lo público y lo privado es, hoy día, cada vez más frágil y tiende a difuminarse a pasos agigantados. No podemos negar que existen continuidades entre ambas dimensiones de la vida, de modo que no nos extraña y se nos aparece como cada vez más habitual el observar en el espacio público actitudes que, hasta hace relativamente poco, estaban destinadas a ser experimentadas y, sobre todo, expresadas, exclusivamente en los espacios íntimos. Ejemplo de esto último son, precisamente, las emociones.

La emocionalización de la vida pública es uno de los elementos que da pie a la aparición de lo que en ciencias sociales se conoce como Giro Afectivo, término que fue empleado por primera vez por Clough y Halley (2007), sociólogas estadounidenses. La base de su propuesta inicial fue ir en contra de la orientación básicamente discursiva del construccionismo social. Para Clough (2008), el afecto puede comprenderse como una ontología de aquellos fenómenos que no dependen ni de la conciencia humana ni de la comunicación lingüística. La autora define al afecto como la capacidad del cuerpo para afectar y ser afectado, afección que se relaciona con el hecho de estar vivo.

Los aportes del Giro Afectivo a la comunicación se observan en reflexiones como las de Paula Sibila en *La intimidad como espectáculo* (2008). En el texto, Sibila reflexiona en torno a cómo las ecologías comunicativas digitales transforman los modos de relación de las personas y, en definitiva, las subjetividades, comprendidas como cambiantes y elásticas. Así, asumimos con la autora que la exhibición de la intimidad, de lo privado, en el espacio público digital, provoca “un desplazamiento de aquella subjetividad interiorizada hacia nuevas formas de autoconstrucción” (Sibila, 2008, pp. 27-28). Lo sugerente de esta difuminación de la frontera entre lo público y lo privado es que genera nuevos refugios para la privacidad -cargada de emocionalidad- de los sujetos.

Desde las múltiples miradas que ofrece el Giro Afectivo, las emociones son vistas como un problema sobre todo sociológico, sin que ello conduzca a negar su naturaleza orgánica, biológica y, por tanto, corporal.

El Giro Afectivo no es una corriente teórica-metodológica homogénea, sino más bien un mosaico de propuestas y líneas de reflexión que proceden, sobre todo, de la sociología, la historia y la antropología. Sin tener un objeto de estudio delimitado, bajo su cobijo se ha pretendido asumir la necesidad imperiosa de dotar de visibilidad sociológica a un conjunto

de temas –con lo emocional y lo afectivo en el centro– en general poco legitimado en el ámbito de las ciencias sociales (Abramowski & Canevaro, 2017).

Cuando pensamos en lo emocional vinculado con la comunicación, no podemos omitir la reflexión sobre los cuerpos. Cuerpo, comunicación y emociones nos parece que van de la mano y que bien podrían ser fundamento de una teoría de la comunicación que no omita lo afectivo-emocional. Así, el Giro afectivo dialoga inevitablemente con el Giro corporal, de ahí que sea pertinente una breve mención a los estudios del cuerpo y la corporalidad y su relación con la acción comunicativa. El cuerpo es uno de los principales vehículos de comunicación de los sujetos con el mundo. Es desde el cuerpo que las personas construyen significados sobre el entorno, y sobre sí mismas.

“Somos cuerpo, entendiendo portal esa realidad donde se conjuga lo privado y lo público, lo íntimo y lo expuesto. Cada rasgo de nuestro cuerpo habla de cómo es nuestro paso por la vida” (Corres, 2007, p. 212). Los usos del cuerpo están determinados no tanto por los individuos en tanto entes biológicos sino más bien por los contextos socioculturales. Las sociedades pueden comprenderse como experiencias corporales reflexivas, dice Connell (1995). Cuerpo y emociones son la materia prima de toda acción comunicativa. Los cuerpos no tienen sentido fuera de sus contextos, siempre se encuentran aferrados, dice Le-Breton (2001) a la trama de sentido, es decir, “están revestidos por nuestras historias individuales y colectivas” (Weeks, 1999, p. 177).

En el cuerpo “se hallan unidas, reunidas y fundidas naturaleza y cultura, condición biológica y aprendizajes sociales, aspectos fisiológicos y sociabilidades incorporadas” (Vergara, 2009, p. 35). Y todo ello se pone en escena, se expresa, en situaciones comunicativas específicas.

Muñoz y List (2007) hablan de una “corporalidad textual, con valores y significados que se le atribuyen” (p. 8). El cuerpo habla, y del cuerpo se habla: “Mas amén de hablar de ellos, los cuerpos hablan por sí mismos, de sí mismos, para sí mismos. El cuerpo vivido deambula como es, así como el cuerpo percibido e interpretado lo han marcado” (Guzmán, 2007, p. 55).

La dimensión comunicativa del cuerpo es indiscutible, como lo es la dimensión emocional y afectiva de toda acción comunicativa. Los cuerpos son portadores de signos que comunican, entre otros significados, emociones y afectos. De ahí que sea también indiscutible la

necesidad de que las teorías de la comunicación actuales tomen en cuenta lo corporal, lo afectivo y lo emocional para complejizar sus reflexiones y análisis.

6. Cierre: afectos y emociones como categorías para el abordaje de fenómenos comunicacionales actuales

Estas páginas han demostrado que, en general, a lo largo de su historia las teorías de la comunicación han omitido, o relegado a un plano muy secundario, lo emocional y lo afectivo. No obstante, existen algunas propuestas recientes en el campo de la investigación en comunicación que, creemos, permiten vislumbrar que la incorporación de lo emocional ofrece posibilidades muy sugerentes para los análisis comunicacionales. Nos referimos a planteamientos como la teoría de la mediatización, la plataformización de la vida cotidiana y algunas discusiones en torno a los alcances de la inteligencia artificial en la construcción no sólo de conocimiento sino también de nuevas sensibilidades.

Nuevos fenómenos requieren nuevos conceptos. Esto sucede en cualquier campo del conocimiento, y el de la comunicación es especialmente cambiante, por la naturaleza dinámica del fenómeno comunicativo. Así, en lo que llevamos de siglo 21, y sobre todo en la última década, han proliferado conceptos para nombrar los procesos comunicativos asociados, sobre todo, a las redes sociodigitales. Conceptos como ecología digital, digitalización, viralización, plataformización y mediatización son un botón de muestra. Lo interesante para este texto no son los conceptos *per se*, sino los fenómenos asociados a ellos, que a menudo involucran cambios no sólo en los modos de organización social, sino también en las subjetividades y emocionalidades de los sujetos contemporáneos. Así, las ecologías digitales actuales provocan no sólo una clara tendencia hacia la disolución de la frontera entre lo público y lo privado, sino también nuevos modos de comprender la intimidad, la sensorialidad, los cuerpos y las maneras en que las personas nos emocionamos, nos afectamos unas a otras.

Propuestas como la de Scolari (2015, 2024) implican una actualización de la clásica ecología de los medios de McLuhan y otros. Para Scolari, esta ecología revisitada abarca prácticamente la totalidad de procesos de comunicación, y no sólo enfatiza las relaciones de corte estructural entre medios y economía o medios y poder, por citar algunas, sino también en las particularidades del cambio mediático y las transformaciones de las percepciones y los modos de construir conocimiento de las personas a partir de su exposición cada vez más prolongada e intensa a la comunicación por distintos canales y medios.

En un planteamiento anterior, las hipermediaciones, Scolari (2008) propuso una teoría de la comunicación digital interactiva, y comprendió a las hipermediaciones como procesos de intercambio, producción y consumo simbólico que se desarrollan en un entorno caracterizado por una gran cantidad de sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente de manera reticular entre sí. Vemos cómo no se nombran de forma explícita las dimensiones emocional y afectiva que caracteriza todo acto comunicativo, y más si éste viene dado en entornos altamente simbolizados y ritualizados como aquellos a los que nos conectamos cotidianamente por medio de las tecnologías digitales.

Otro concepto que merece atención en las teorías actuales de la comunicación es el de mediatización. Esta noción, a grandes rasgos, refiere al proceso mediante el cual los medios de comunicación influyen en otros sectores de la sociedad, incluidos la política, los negocios, la cultura, el entretenimiento, el deporte, la religión o la educación. Así, la mediatización de la sociedad es un proceso de larga duración más allá de un contexto social específico, donde las instituciones sociales y culturales, las relaciones y modos de interacción han ido cambiando a partir de la modificación y generalización de medios de comunicación e información (Hjarvard, 2008). La modificación en los modos de relación e interacción incluye, sin duda, cambios en las maneras de afectarnos y afectar, de sentir, de emocionarnos, de construirnos como seres sintientes, de vincularnos -en el sentido más extenso del término- entre nosotros.

Con respecto a la plataformización de la vida cotidiana, este concepto abarca lo que suponemos que es una vida digitalizada, caracterizada por la participación casi permanente en prácticas digitales que modifican los modos de interacción, consumo y producción. Las tecnologías digitales impactan en la socialización y en muchos otros procesos socioculturales en los que las personas estamos inmiscuidas. Podríamos aventurarnos a decir que, aunque no se haya nombrado así, o no de forma tan clara, las tecnologías digitales construyen un nuevo ser, una nueva ontología.

Natalia Radetich-Filinich (2023) habla muy recientemente de la smartphonización de la vida cotidiana, y afirma que no se trata de discutir qué hacemos las personas con los smartphones, sino qué hacen las grandes corporaciones con los usuarios de esta tecnología. Los sujetos se encuentran, nos encontramos, subsumidos al capital a partir del uso que damos cotidianamente a este objeto de devoción que es ya una extensión de nosotros: el

smartphone. Para Radetich-Filinich, los teléfonos inteligentes son una pantalla antropofágica que devora nuestra atención, nos reclama en todo momento, exige nuestra atención racional, pero sobre todo reclama nuestra dependencia emocional.

En otra obra reciente, también enmarcada en la investigación sociológica y antropológica y no en la comunicación, se discute acerca de las posibilidades de las etnografías digitales en la investigación sobre las experiencias emocionales y afectivas de las personas. Ramos-Ríos (2024) destaca la importancia de considerar la mediación sociodigital en la experiencia subjetiva, emocional y afectiva de las personas en el contexto actual. La autora propone una mirada hacia la inscripción digital de las emociones, a partir de un análisis de las palabras, las imágenes, los videos, los sonidos, los gestos con que se auto presentan las personas en la red sociodigital Instagram. Estas huellas permiten ver cómo se plasman los significados afectivos en las pantallas de nuestros dispositivos tecnológicos.

Si bien no se fundamenta en las teorías de la comunicación, sino en la sociología de las emociones, esta investigación de Ramos-Ríos (2024) da cuenta de cómo el “orden de interacción sociodigital” (Jenkins, 2010), una suerte de actualización del modelo de la interacción de Goffman trasladado al espacio digital convierte a lo digital en un desafío para entender lo social. Así, las interacciones en el espacio sociodigital, un *continuum* de las interacciones cara a cara, posibilitan hablar de una reconfiguración de las experiencias subjetivas, con lo emocional y lo afectivo en el centro. Ramos recupera a Turner y Stets (2005) al hablar de las emociones como el pegamento que mantiene unidas a las personas, una idea que deja entrever nuevamente la imposibilidad de comprender las acciones comunicativas sin tomar en cuenta lo emocional y lo afectivo. En su investigación empírica, analiza las vivencias emocionales que generan la producción, publicación y postpublicación de selfies en la red sociodigital Instagram, y describe los estados emocionales derivados de estas fases, de modo que la verificación (los *like*) que recibe una *selfie* generan orgullo en la persona, mientras que la no verificación genera emociones como la vergüenza y la frustración. Estos autorretratos, por tanto, se comprenden como inscripciones afectivas de las identidades.

Estas últimas reflexiones y referencias confirman el potencial explicativo de las emociones en la investigación sobre fenómenos comunicativos actuales. Ello contrasta con la ausencia de teorías de la comunicación que tengan lo emocional en el centro de su propuesta, tal y como hemos presentado a lo largo de estas páginas.

Pensar la comunicación desde una mirada emocional y afectiva pasa por reconocer que nuestra relación con el mundo no puede entenderse si no es a través de las sensaciones que experimentamos corporalmente, y de los afectos y emociones que sentimos. El mundo no sólo es un mundo que se explica a partir de lo que decimos de él. Es, antes que nada, un mundo corporalmente experimentado, y como tal, es un mundo sensorial y emocionalmente experimentado.

Quizás no se trate de inventar nuevas teorías, sino más bien de incorporar de forma clara y explícita la dimensión afectiva y emocional en las propuestas teóricas y metodológicas que se usan para abordar los fenómenos comunicativos.

Si la comunicación es un proceso de producción de sentidos, este no puede ser mirado sin contemplar la emocionalidad y la capacidad de afectación de quienes participan en estos procesos, sea de forma directa o de forma mediada a través de los medios tradicionales o de las tecnologías sociodigitales más recientes.

Poner nuestro foco en lo emocional y lo afectivo, con los sentidos y los cuerpos como categorías centrales, no implica desconocer los abordajes que se realizan sobre la comunicación mediática y sobre las tecnologías. Más bien se trata de que esta mirada que integra lo emocional y lo afectivo permita comprender cómo los medios -nuevos o no- contribuyen a la existencia de nuevos sujetos, a la expansión de nuevos modos de sentir y de expresar lo que sentimos.

El recorrido que hemos ofrecido sobre algunas de las principales teorías de la comunicación da cuenta de la necesidad apremiante de que el campo de la comunicación tome en cuenta los aportes del Giro Afectivo, pues no existen situaciones de comunicación -mediadas o interpersonales- en las no participen en mayor o menor grado las emociones de las personas que hacen parte de estos actos comunicativos.

En un sentido amplio, la comunicación es una dimensión central para la vida humana, es la condición básica de la vida en sociedad. Es a través de las interacciones cotidianas que las personas construyen -no sólo a partir de la razón, sino también por medio de percepciones sensoriales y de vivencias emocionales- significaciones sobre ellas mismas, sobre las demás y sobre sus entornos. Seguir omitiendo las emociones y los afectos en nuestros análisis de

los fenómenos comunicativos impide instalar miradas más amplias, complejas, sugerentes y significativas sobre cómo somos y cómo podemos llegar a ser las personas hoy.

Comprender la producción y circulación de sentido de modo multidimensional requiere en un abanico que va desde la sutileza hasta la conmoción, desde la complicitad del clásico “guiño de ojo” al pánico ante los insultos en las redes, la enorme relevancia que tienen el cuerpo, las emociones y los afectos en ese proceso comunicacional.

Financiamiento

Esta investigación no recibió financiamiento externo.

Conflicto de interés

Los autores declaran que no existen conflicto de interés.

Declaración de autoría - CRediT

Alejandro Grimson: conceptualización, discusión, redacción del borrador original, redacción final, revisión.

Marta Rizo García: conceptualización, discusión, redacción del borrador original, redacción final, revisión, edición.

Derechos de autor

Alejandro Grimson y Marta Rizo García.

Referencias bibliográficas

Abramowski, A. & Canevaro, S. (Comps.) (2017). *Pensar los afectos. Aproximaciones desde las ciencias sociales y las humanidades*. Universidad Nacional General Sarmiento.

Ahmed, S. (2004). *The Cultural Politics of Emotions*. Routledge.

Belli, S. (2009). La construcción de una emoción y su relación con el lenguaje: revisión y discusión de un área importante de las ciencias sociales. *Theoria*, 18(2), 15-42. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29917006003>

Berg, U. & Ramos-Zaya, A. (2015). Racializing Affect: A Theoretical Proposition. *Current Anthropology*, 56(5), 654-677. <https://doi.org/10.1086/683053>

Bericat, E. (1999). El contenido emocional de la comunicación en la sociedad del riesgo. Microanálisis del discurso. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, (87), 221-253. <https://doi.org/10.5477/cis/reis.87.221>

____ (2000). La sociología de la emoción y la emoción en la sociología. Papers. *Revista de Sociología*, (62), 145-176. <http://dx.doi.org/10.5565/rev/papers/v62no.1070>

____ (2016). The sociology of emotions: Four decades of progress. *Current Sociology*, 64(3), 491-513. <https://doi.org/10.1177%2F0011392115588355>

Bodei, R. (1995). *Geometría de las pasiones. Miedo, esperanza, felicidad: filosofía y uso político*. Fondo de Cultura Económica.

Bolaños, L. (2015). El estudio socio-histórico de las emociones y los sentimientos en las Ciencias Sociales del siglo XX. *Revista de Estudios Sociales*, (55), 178-191. <https://doi.org/10.7440/res55.2016.12>

Chillón, A. & Duch, Ll. (2012). *Un ser de mediaciones. Antropología de la comunicación* (Vol. 1). Herder.

_____ (2015). *Sociedad mediática y totalismo. Antropología de la comunicación* (Vol. 2). Herder.

Clough, P. & Halley, J. (Eds.) (2007). *The Affective Turn: Theorizing the Social*. Duke University Press Books.

Clough, P. (2008). (De)Coding the Subject-in-Affect. *Subjectivity*, 23(1), 140-155. <http://dx.doi.org/10.1057/sub.2008.16>

Collins, R. (2009). *Cadenas de rituales de interacción*. Anthropos.

Connell, R. W. (1995). *Masculinities*. Polity Press.

Corres, P. (2007). El todo corporal. En Muñiz, E. & List, M. (Coords.), *Pensar el cuerpo* (pp. 207-215). UAM Azcapotzalco.

Damasio, A. (1995). *Descartes' Error: Emotion, Reason and the Human Brain*. Random House.

Ekman, P. & Oster, H. (1979). Expresiones faciales de la emoción. *Annual Review of Psychology*, 30, 527-554.

Fuentes, R. (2008). *La comunicación desde una perspectiva sociocultural. Acercamientos y provocaciones 1997-2007*. ITESO.

Gil-Calvo, E. (2003). *El miedo es el mensaje. Riesgo, incertidumbre y medios de comunicación*. Alianza.

Goffman, E. (1970). *Ritual de interacción*. Tiempo contemporáneo.

_____ (1979). *Relaciones en público. Microestudios del orden público*. Alianza.

_____ (1997). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Amorrortu.

_____ (2001). *Internados. Ensayos sobre la situación social de los enfermos mentales*. Amorrortu.

_____ (2006). *Estigma. La identidad deteriorada*. Amorrortu.

Guzmán, A. (2007). De cuerpo presente: pasión y culpa. En Muñiz, E. & List, M. (Coords.), *Pensar el cuerpo* (pp. 50-67). UAM Azcapotzalco.

Hall, E. T. (1972). *La dimensión oculta*. Siglo XXI.

_____ (1989). *El lenguaje silencioso*. Alianza.

Hall, S. (1973). "Encoding/Decoding." *Culture, Media, Lenguaje. Working Papers in Cultural Studies, 1972-79* (pp. 128-138). Hutchinson.

_____ (1983). *The Politics of Thatcherism*. Lawrence and Wishart.

Hall, S., Jefferson, T., Clark, J., Roberts, B., & Critcher, Ch. (2023). *Gobernar la crisis. Los atracos, el Estado y "la ley y el orden"*. Traficantes de Sueños.

Harre, R. (Ed.) (1988). *The Social Construction of Emotions*. Basil Blackwell.

Hjarvard, S. (2008) The Mediatization of Society: A Theory of the Media as Agents of Social and Cultural Change. *Nordicom Review*, (29), 105-134. <https://doi.org/10.1515/nor-2017-0181>

Izquierdo, C. (2000). Comunicación interpersonal y crecimiento emocional en centros educativos: un modelo interpretativo. *Educación*, (26), 127-149. <https://doi.org/10.5565/rev/educar.277>

Jenkins, R. (2010). The 21st-Century Interaction Order. En Hviid-Jacobsen, M. (Ed.), *The Contemporary Goffman* (pp. 257-274). Routledge.

Larsson, C. B. (1997). *Le bon sens commun*. Lund University Press.

Le-Breton, D. (1999). *Las pasiones ordinarias. Antropología de las emociones*. Nueva Visión.

_____ (2001). *Sociología del cuerpo*. Nueva Visión.

_____ (2010). *Cuerpo sensible*. Ediciones Metales Pesados.

Leys, R. (2011). The Turn to Affect: A Critique. *Critical Inquiry*, 37(3), 434-472.
<https://doi.org/10.1086/659353>

Martín-Barbero, J. (1987). *De los medios de las mediaciones*. Gustavo Gili.

McElhinny, B. (2010). The Audacity of Affect: Gender, Race, and History in Linguistic Accounts of Legitimacy and Belonging. *Annual Review of Anthropology*, 39(1), 309-328.
<https://doi.org/10.1146/annurev-anthro-091908-164358>

Merton, R. K. (1982). *Social research and the practicing professions*. Cambridge University.

Muñiz, E. & List, M. (Coords.) (2007). *Pensar el cuerpo*. UAM Azcapotzalco.

Orozco, G. (1997). Medios, audiencias y mediaciones. *Comunicar* (8), 25-30.
www.redalyc.org/pdf/158/15800806.pdf

Peake, T. H., & Egli, D. (1982). The language of feelings. *Journal of Contemporary Psychotherapy*, 13, 162-174. <https://doi.org/10.1007/BF00946353>

Radetich-Filinich, N. (2023). La smartphonización de la vida social. *Cuestiones de Sociología* (27), 1-18. <https://doi.org/10.24215/23468904e148>

Ramos-Ríos, M. (2024). El estudio de las emociones y los afectos en el contexto sociodigital. Hacia una etnografía digital de las emociones. En Ariza, M. (Coord.), *Emociones y afectividad. Itinerarios metodológicos* (pp. 87-115). UNAM.

Reguillo, R. (2006). Los miedos contemporáneos: sus laberintos, sus monstruos y sus conjuros. En Pereira, J. M. & Villadiego, M. (Eds.) *Entre miedos y goces. Comunicación, vida pública y ciudadanía*. Pontificia Universidad Javeriana.

Schmucler, H. (1992). Sobre los efectos de la comunicación. *Sociedad, Revista de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires* (1), 1-13.

Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Gedisa.

____ (2024). *Sobre la evolución de los medios. Emergencia, adaptación y supervivencia*. Ampersand.

____ (Ed.) (2015). *Ecología de los medios*. Gedisa.

Scribano, A. (2009). A modo de epílogo ¿Por qué una mirada sociológica de los cuerpos y las emociones? En Figari, C. & Scribano, A. (Comps.), *Cuerpo(s), subjetividad(es) y conflicto(s). Hacia una sociología de los cuerpos y las emociones desde Latinoamérica* (pp. 141-151). Fundación CICCUS.

Sibila, P. (2008). *La intimidad como espectáculo*. Fondo de Cultura Económica.

Turner, J. H., & Stets, J. E. (2005). *The sociology of emotions*. Cambridge University Press.

Vergara, G. (2009). Conflicto y emociones. Un retrato de la vergüenza en Simmel, Elías y Giddens como excusa para interpretar prácticas en contextos de expulsión. En Figari, C. & Scribano, A. (Comps.), *Cuerpo(s), subjetividad(es) y conflicto(s). Hacia una sociología de los cuerpos y las emociones desde Latinoamérica* (pp. 35-52). Fundación CICCUS.

Weeks, J. (1999). La construcción cultural de las sexualidades ¿Qué queremos decir cuando hablamos de cuerpo y sexualidad? En Szasz, I. & Lerner, S. (Comps.), *Sexualidades en México* (pp. 175-198). Colegio de México. <https://bit.ly/3wbnol2>

Williams, R. (2000). *Marxismo y literatura*. Península.

Winkin, Y. (1984). *La nueva comunicación*. Kairós.

Wolf, M. (1987). *La investigación de la comunicación de masas*. Paidós.