

Análisis conversacional como método de evaluación de los mensajes gráficos

Conversational Analysis as an Evaluation Method of Graphic Messages

María González de Cossío
Universidad Autónoma Metropolitana Cuajimalpa
mdecosio@gmail.com

Rose Lema
Universidad Autónoma Metropolitana Cuajimalpa
roselema09@gmail.com

Fecha de recepción: 12 de noviembre de 2016

Fecha de recepción evaluador: 16 de noviembre de 2016

Fecha de recepción corrección: 10 de diciembre de 2016

Resumen

Este texto presenta la evaluación de mensajes emitidos por estudiantes sobre la exposición itinerante “Imagina tu futuro. Movilidad Social”, cuyo fin específico estribó en transmitir que la educación resulta fundamental para ascender en la escala socioeconómica. Con el fin de llevar a cabo la evaluación, hemos analizado las respuestas de los estudiantes en cuanto a las razones que los llevaron a seleccionar las piezas a su parecer más significativas. En particular, nuestro análisis consistió en fragmentar y estudiar las expresiones emitidas por varios de ellos. Las entrevistas mostraron en efecto que los jóvenes visitantes habían seleccionado las piezas más creíbles, más conmovedoras y cuya información consideraron más importante para construir su proyecto futuro, tanto profesional como personal. Asimismo, externaron valiosos argumentos en cuanto a las razones que tuvieron para seleccionar precisamente esas piezas en vez de otras. En fin, los datos arrojados durante el análisis confirmaron no solo la correcta comprensión del mensaje transmitido por la exposición sino también el impacto que les había causado.

Palabras clave: Diseño de información; Análisis de conversación; Movilidad social; Mensajes gráficos; Voces retóricas; Lenguaje.

Abstract

This text presents the evaluation of messages emitted during the itinerant exposition “Imagine your future. Social mobility”. The exhibition essential feature consisted in transmitting to the visitors that education turns out to be fundamental for upward social mobility. In order to carry out the evaluation, we analyzed the students answers containing the reasons that led them to select the museum pieces that seemed more significant to them. In fact, we studied fragments of the expressions uttered during their visit. The interviews showed that the visitors selected the pieces which seemed to them more credible, moving, and which information they considered more important to build their future project, professional as well as personal. They also justified quite argumentatively why they had selected those pieces. Finally, the data reported during the analysis not only confirmed they had correctly understood the message but also the impact it had on them.

Keywords: Information Design; Conversation Analysis; Social Mobility; Graphic Messages; Rhetorical Voices; Language.

Introducción

El artículo presenta un análisis conversacional para evaluar el efecto producido por los mensajes gráficos en los jóvenes visitantes al salir de la exhibición “Imagina tu futuro”, presentada en la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP) de noviembre de 2013 a febrero de 2014. Los resultados de la investigación intentan contribuir al campo del diseño, en particular a la evaluación en el diseño de información. Esta área del diseño es de reciente formalización, aunque sus productos se observan desde hace muchos años. Ejemplos significativos del diseño de información son los mapas y planos generados desde que el ser humano está consciente del espacio en el que vive, a partir de las cartas astronómicas que muestran su curiosidad por el cosmos, de las figuras y explicaciones del funcionamiento del cuerpo humano para conocerlo y diagnosticarlo, de las gráficas que muestran cantidades diversas para beneficio económico y social, etc. Estos ejemplos se han dado en todas las culturas y han permitido que las personas se entiendan mejor entre sí. A continuación, se mencionan dos marcas distintivas del diseño de información.

La preocupación por la efectividad de los productos de diseño

En efecto, el estudio de los usuarios receptores es fundamental para entender sus costumbres, formas de resolver problemas, conocimientos previos, gustos, perfil demográfico y psicográfico. De este modo, se puede diseñar de acuerdo con quienes van

a interactuar con el producto diseñado. Por ello, una parte importante del proceso es conocerlos a fondo mediante estudios cualitativos y cuantitativos. Además, a través del diseño colaborativo, se asegura que los usuarios se relacionen efectivamente con el objeto diseñado para que no tengan complicaciones y no cometan errores al interactuar con el producto, en fin, que su relación sea rápida y satisfactoria. En resumen, los diseñadores comprueban que el producto diseñado sí resuelve el problema planteado inicialmente. El trabajo presentado en este artículo se centra en este tema.

El carácter interdisciplinario del diseño de información

Durante el proceso de diseño, se incorporan especialistas con visiones diferentes como la psicología, antropología, educación, computación, geografía, historia, entre otras. Participan juntos en el planteamiento del problema de diseño y las propuestas de solución. Las características de cada problema de diseño implicarán una interrelación de disciplinas diferente. Horn (1999) resume que esta participación desde distintas perspectivas ha sido la base y los fundamentos de la investigación en diseño de información.

Este artículo interdisciplinario está dividido en cuatro partes. Iniciamos la presentación del análisis conversacional como método que permite conocer las reacciones de las personas ante hechos, objetos, situaciones. Son transmitidas mediante el habla. Después describimos cuáles han sido las aproximaciones del análisis conversacional aplicadas al diseño (de información, arquitectónico, de interacción), para entender los esfuerzos y logros que se han obtenido. Continuamos con la presentación de nuestro objeto de estudio, la exposición “Imagina tu futuro. Movilidad social”, para posteriormente aplicar el método de análisis conversacional a los mensajes emitidos por los visitantes a la exposición. Concluimos el artículo con las observaciones más importantes obtenidas por el análisis de las categorías gramaticales y su interpretación.

Análisis de la conversación

El análisis conversacional ofrece uno de los caminos para analizar detalladamente las interacciones verbales entre personas. Observa atentamente los encuentros conversacionales entre los sujetos hablantes. Describe, parafrasea, analiza, comenta, categoriza y propone una investigación sistemática con el fin de comprender lo que los humanos dicen e implican en distintos encuentros, ya de la vida cotidiana ya excepcionales (Labov, 2001) e incluso las interacciones verbales aparentemente anodinas por su baja frecuencia (Ervin-Tripp, 1973). El análisis conversacional da importancia tanto a toda actividad verbal, incluyendo el silencio, las pausas, las hesitaciones, los tartamudeos como a las así llamadas desviaciones o errores que no representan ni actividad verbal ni errores, sino que develan a los interlocutores en curso, su comportamiento, aptitudes, creencias y otros rasgos propios de nuestra naturaleza (Sacks,

Schegloff & Jefferson, 1974). Además, se puede aplicar en situaciones verbales excepcionales, como los pronunciamientos en la Corte, los bautizos de niños y de navíos, las declaraciones de matrimonio ante el alcalde, tal como lo propuso el filósofo inglés Austin (1975). Describió en su insoslayable antología de conferencias *How to do Things with Words*, cómo las interacciones verbales revelan quién, qué, cuándo, dónde, cómo, con qué fin hacemos cosas mediante palabras. Desde entonces, varios investigadores también de alto prestigio siguen enriqueciendo ciertas facetas del análisis conversacional al profundizar en los campos de la filosofía del lenguaje en acción, de la sociología del lenguaje, de la sociolingüística, la psicolingüística, la antropología lingüística, la etnografía del habla, la etnometodología del lenguaje, la pragmática, el análisis de discurso, la semiótica social, la co-construcción del sentido, etc. Entre otros investigadores, citamos, por ejemplo, a Drew (2005) para quien, el análisis implica cuestionar cada palabra emitida para explicar la reflexión profunda que respalda cada vocablo expresado. El panorama anterior justifica plenamente la pertinencia de la mirada interdisciplinaria entre diseño de la Información y el análisis conversacional. Cabe señalar también que, entre otras cosas, ambos paradigmas coinciden en estudiar el lenguaje hablado con fines etnográficos.

El análisis de la conversación y el diseño

El método del análisis conversacional es uno de las cuatro aproximaciones de la etnometodología (además de la sociología cognitiva, el análisis de la reflexividad y los estudios sobre la práctica del trabajo) ha sido empleado, en parte, en los estudios sobre el entendimiento del diseño como disciplina práctica.

Entre los trabajos que aplican algunos elementos de análisis conversacional al diseño de información se puede citar el método desarrollado por Sless (1999). Su perspectiva yace en que se construye la realidad social a través de la acción comunicativa y en específico, de la conversación. Por tanto, cuando los usuarios interactúan con formas administrativas y con instrucciones de uso, lo hacen a través de conversaciones que consisten en preguntas y respuestas, o bien, en seguir los procedimientos descritos. El método de Sless (1997) busca asegurar que los consumidores¹ de medicamentos han comprendido las instrucciones de uso. Para confirmar que los textos rediseñados son más efectivos, aplica un cuestionario cualitativo antes y después de la intervención del diseñador.² Los resultados se comparan para evidenciar que los consumidores entrevistados mejoraron su nivel de entendimiento entre la primera y la segunda versión rediseñada. Este autor se ha preocupado por cuantificar esa mejora y reportarla a su cliente. Ha establecido que de cada 10 personas entrevistadas, 9 deben localizar la información y 9 deben entenderla, dando un total de 81% de efectividad ($9 \times 9 = 81$). Sless (1999) también ha aplicado su método al diseño de otros textos instruccionales, como las declaraciones de impuestos, los recibos de teléfono, las formas de seguros médicos, entre otros. Como se puede deducir, su enfoque se centra en la localización y

comprensión de la información, mas no en el análisis conversacional, enfoque que lo distingue del empleado en este texto.

Otro trabajo que muestra el estudio del lenguaje cotidiano lo realiza Judy Delin (2000) quien se ocupa de analizar los diferentes tipos de lenguaje cotidiano, como el lenguaje de entrevistas, de reportes noticiosos, de revistas y de instrucciones. La autora analiza cuidadosamente las formas de expresión directa e indirecta, la autoridad y las relaciones sociales que se manifiestan en el lenguaje. Busca los matices del texto desde la cordialidad, el convencimiento, la solicitud, la súplica, hasta las órdenes. Examina “la posición del lector o de quien escucha en una relación particular con el texto y con quien lo produjo a través de supuestos implícitos de las creencias o deseos, que el texto comunica” (p. 66).

El método que ofrece Judy Delin para el estudio del lenguaje consiste en la selección de un género discursivo (ej. publicidad en periódico, interacción entre médico y paciente), la selección de alguna característica lingüística particular (ej., silencios, repeticiones, dudas, hesitaciones), y la selección de un tópico general (iniciativa, cordialidad, poder). Al combinar estos tres aspectos, se genera una amplia variedad de direcciones de estudio. Posteriormente, propone la planeación del estudio, la recolección del lenguaje grabado o escrito, la definición de tema de análisis, la transcripción del corpus y la presentación final. A diferencia de David Sless, Judy Delin no reporta en su libro la aplicación de su método de análisis a proyectos de diseño.

En el campo del diseño arquitectónico, se han analizado las conversaciones entre los clientes y los arquitectos para entender las percepciones, las necesidades y las propuestas; las conversaciones les permiten acercarse al entendimiento mutuo, al imaginario del otro, llegar a puntos de acuerdo y trabajar coordinadamente en el proyecto. Así, se puede entender el “diseño como un proceso social a través de la relación existente entre la investigación del diseño y la visión del interaccionismo simbólico³ y el análisis de la conversación” (Oak, 2011, p. 211). Los arquitectos, como otros diseñadores, usan varios medios para facilitar las conversaciones con sus clientes, como son los bocetos del proyecto, imágenes, revisión de materiales, visitas a proveedores, entre otros. Durante este proceso, la creatividad del arquitecto, los deseos del cliente, las restricciones de presupuestos, tiempos, espacios, etc. son negociados. El arquitecto trata de imaginar las necesidades del otro y se “pone en su lugar” y el cliente trata de entender las propuestas que le muestra. Durante el diálogo, ambos interlocutores externan juicios, argumentos y explicaciones que derivan en la generación de nuevas ideas, en creatividad. Por tanto, la co-construcción del sentido se da siempre en un contexto social situado y las conversaciones que emergen durante el encuentro entre cliente y diseñador están en relación con el espacio, el momento y las percepciones y situación de los otros; estos constituyen el contexto de habla.⁴ Oak resume que:

El interaccionismo simbólico ofrece dos conceptos para la práctica del diseño. El primero incluye que el lenguaje es un símbolo social entendido por otros, y además, constituye un mecanismo de autorreflexión (para pensar en uno mismo, y los productos de uno a través de los ojos de los otros) (2011, p. 220).

El segundo significa que el interaccionismo simbólico reconoce los roles de la restricción y de la posibilidad, o actitudes de los otros. Oak (2011) considera “la relación de la interacción en un orden social porque la gente construye, comunica y comparte conocimiento” (p. 216). El análisis conversacional permite analizar estas interacciones de forma estructurada.

Como se puede deducir, el análisis conversacional se ha utilizado para entender las necesidades del otro en el proceso de diseño. Representa una herramienta que ayuda a entender lo que el cliente solicita para poder ofrecer ideas innovadoras, producirlas y negociarlas. En el mismo sentido, Woodruff & Aoki (2004) describen cómo aplican el análisis conversacional para diseñar una guía electrónica de casas históricas que permita la interacción entre visitantes. Los autores primero observaron a los visitantes cuando usaban el prototipo, desarrollaban entrevistas semi-estructuradas sobre sus impresiones de interacción y analizaban las respuestas bajo la perspectiva de análisis conversacional. Los resultados del análisis fueron incorporados en nuevos principios de diseño y refinamientos aplicados al prototipo inicial. Sin embargo, los autores no muestran el análisis de la conversación, pero sí mencionan cómo introdujeron los flujos de conversaciones y los lapsos de silencio para que los participantes interactuaran con la guía electrónica.

En el campo del diseño de sistemas computacionales también se aplican métodos para entender las necesidades del otro. Por ejemplo, Button (2012) considera la etnometodología como una herramienta fundamental para que los diseñadores conozcan el contexto de uso y la naturaleza del trabajo en el que se insertarán los programas de cómputo diseñados. De esta forma, se busca “construir lo social dentro del diseño [de los programas de cómputo]” (p. 263). Button argumenta que los estudios etnográficos pueden aplicarse indistintamente, ya sea en programas relacionados con el trabajo como en programas desarrollados para las redes sociales, los juegos, la diversión, etc. El autor se centra en el orden social que se logra a través de las interacciones con los programas diseñados. Es decir, el programa sugiere una secuencia de pasos, pero la persona es quien activamente los organiza, considera rutas y toma decisiones. Por ello, considera indispensable desarrollar descripciones etnometodológicas de las actividades de quien regula un servicio para poder considerar las variables necesarias de un sistema.

El análisis conversacional también trata “de identificar nuevas estructuras de nuevas acciones que servirán como fundamento a análisis subsecuentes” (Matthews & Heinemann, 2012, p. 652). Aquí, ambos autores estudian detalladamente una conversación entre diseñadores de software que discuten propuestas para un proyecto de

interacción; los resultados del análisis permiten saber qué están haciendo los diseñadores y cómo lo están haciendo. Muestran la secuencia de la conversación: inicia con las primeras propuestas de diseño, la construcción y el reporte de los escenarios de uso del software, la discusión alrededor de un concepto específico surgido de la discusión y la introducción de los principios de diseño para conciliar entre las dos propuestas competidoras. El autor comenta que los diseñadores utilizan formas indirectas, como afirmaciones o supuestos de los usuarios y su visión del mundo, para argumentar sobre las alternativas de diseño; de esta manera, las propuestas toman forma al negociar alrededor de las distintas versiones de los usuarios. Schriver (1997) definiría este tipo de argumentación como “intuitiva” o basada en los supuestos que plantean los diseñadores sin haber observado o escuchado a los usuarios. Matthews & Heinemann (2012) observa también que los supuestos mencionados están situados, es decir que se refiere a los escenarios de operación e interacción del software propuesto. El análisis conversacional busca también entender el proceso de pensamiento, discusión y persuasión de los mismos diseñadores.

Hasta ahora, en el campo del diseño únicamente se ha aplicado el análisis de conversación para el proceso de generación de soluciones ya sea arquitectónicas, computacionales o de diseño de producto. En efecto, el diseñador industrial escucha al cliente para desprender los requisitos que debe cumplir el proyecto de diseño. Sin embargo, la aplicación del análisis de esta situación conversacional se limita a entender, únicamente en el plano del contenido inmediato, las demandas o solicitudes del cliente ante el diseñador. Así, el diseñador lleva a cabo acertadamente una interpretación de las intervenciones y propuestas del cliente, sin hacer un análisis conversacional en sentido propio como el que proponemos aquí. En todo caso, el entendimiento claro y específico de las demandas y deseos del cliente permite al diseñador cumplir con éxito las expectativas del cliente, llegar a propuestas adecuadas y, en muchas ocasiones, co-construir con el cliente la solución del problema.

El análisis conversacional presentado en varios textos carece de rigor, ya que no se reporta la estructura de cada mensaje, las secuencias verbales, el uso de pronombres o adjetivos o la indagación adicional que se requiere para profundizar en las motivaciones, prioridades, preferencias que no se verbalizan, sino que tienen que ser descifradas.

Como se puede observar, el análisis conversacional aún no se ha aplicado como una herramienta de evaluación para indagar si el mensaje contenido en las piezas de la exposición fue entendido e interpretado debidamente por el visitante. Este es precisamente el objetivo de este trabajo, aplicar el análisis conversacional como método de evaluación para entender qué y cómo el lector ha comprendido el mensaje; saber si el lector se apropia del contenido o si se mantiene distanciado; saber si el lector se identifica con el mensaje o si le es indiferente. Para lograr este objetivo, de índole cualitativa,

analizamos las conversaciones de visitantes de la exposición “Imagina tu futuro. Movilidad social”, aplicando cuidadosamente el análisis conversacional.

Contexto de análisis: la exposición y los mensajes

En agosto de 2013 se inauguró la exposición itinerante llamada “Imagina tu futuro. Movilidad social” en la ciudad de Puebla. A casi tres años de la primera muestra, la exposición se ha presentado en 7 sedes y ha recibido cerca de 79,839 visitantes.⁵

La exposición nace de la preocupación de la Fundación Espinosa Rugarcía (ESRU) y del Centro de Estudios Espinosa Yglesias (CEEY) por la baja movilidad social⁶ en México. Estas instituciones han desarrollado levantamientos estadísticos que han dado lugar a estudios especializados que buscan saber cómo se han movido los mexicanos en la escala socioeconómica a través del tiempo. El último estudio se llevó a cabo en 2011 y uno de los resultados relacionados con la educación indica que, si bien es responsabilidad de las autoridades gubernamentales ofrecer buen nivel de educación, también es responsabilidad del estudiante y de su contexto familiar el continuar con su preparación. Como se sabe, en México únicamente el 13% de estudiantes tienen acceso a educación superior y 2% a estudios de posgrado (CEEY 2016)⁷, siendo la educación uno de los motores más efectivos para elevar la productividad nacional y, sobre todo, para acceder a un mejor nivel de vida.

La exposición tuvo como propósito transmitir a jóvenes entre 14 y 28 años la importancia de la educación para poder moverse ascendentemente en la escalera socioeconómica. Otros públicos como maestros de escuela, padres de familia y autoridades también fueron considerados en el diseño de la exposición, al presentarles información que pudiera serles interesante y significativa.

La exposición mostraba imágenes que conducirían a reflexionar sobre la situación del país, sobre todo en temas de desigualdad, relación entre el nivel socioeconómico y la educación en México, y la facilidad para ascender en la posición socioeconómica si se hace en comunidad.

Utilizamos variedad de lenguajes: los textos en lenguaje llano y acompañados por fotografías o ilustraciones; los videos fueron cortos dinámicos y atractivos; los objetos de interacción innovadores e invitaban a la participación de los visitantes. Los visitantes avanzaban siguiendo una secuencia y narrativa específicas que les permitía ir concatenando cada contenido para entender claramente el mensaje general. Un guía facilitaba las explicaciones y propiciaba cuestionamientos, diálogo e interacción entre los visitantes.

La exposición⁸ se estructuró en cuatro salas. La primera sala exhibía el México lleno de contrastes, de desigualdad entre hombres y mujeres, de riqueza y pobreza, y lo comparaba con otras economías del mundo. El objetivo fue mostrar al visitante la

situación actual del país y presentarle cifras y estudios, respaldados por imágenes y videos, para confrontarlo, comparar y reflexionar sobre el país.

La segunda sala explicaba el concepto de movilidad social, la educación como principal motor para acceder a un nivel socioeconómico superior, la clasificación de la población mexicana en quintiles,⁹ que muestra la relación entre ingreso y educación, e incluimos mensajes en torno a la importancia de la labor del profesor y el desempeño del alumno. En esta sala los visitantes compararon la situación del país y la relacionaron con su propia vida para ubicarse en la escala a la que pertenecían. Muchos visitantes comentaban acerca de cómo habían ascendido de nivel socioeconómico en relación a sus padres o abuelos.

En la tercera sala, nos concentramos en reflexionar y en compartir los planes, ideas y propuestas de los visitantes. El guía planteaba preguntas como ¿qué espero lograr y qué me lo impide? Las respuestas se discutían con los demás participantes y se proyectaban en una pantalla las palabras clave que se iban emitiendo. Asimismo, los visitantes escuchaban testimonios grabados de personas que han logrado éxitos gracias al trabajo y a la educación.

En la cuarta y última sala presentamos experiencias de movilidad social a través del trabajo en comunidad; mostramos un video de una orquesta infantil que gracias al esfuerzo y entrega del equipo formado por los niños, sus maestros, sus padres lograron éxitos al interpretar música clásica. La visita a la sala finalizaba con un juego interactivo que promovía el trabajo en equipo. Varios textos e imágenes reforzaban los mensajes sobre la importancia de la educación y el esfuerzo para lograr la movilidad social.

La experiencia de los visitantes se podría resumir como un recorrido desde la confrontación con la realidad, la identificación con su propia situación socioeconómica, su modo de imaginar el tipo de vida que deseaban lograr, hasta la comprobación del trabajo en equipo y la importancia de moverse con los demás.

Características de los mensajes presentados en la exposición

Para que los lectores tengan una idea del tipo de mensajes a los que los visitantes estuvieron expuestos, aquí presentamos una descripción de algunos paneles significativos que fueron mencionados en varias ocasiones por su contenido, fuerza y expresividad.

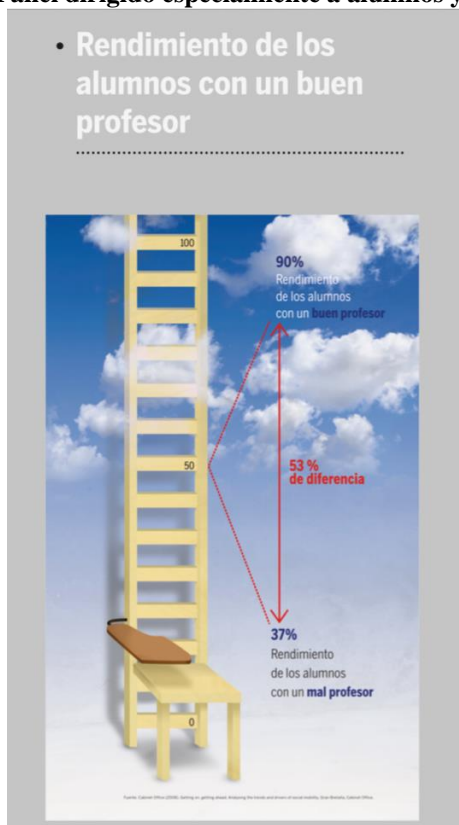
Tal como mencionamos anteriormente, estructuramos mensajes principalmente para los jóvenes. Sin embargo, quisimos involucrar también a aquellos adultos que podrían asistir, como profesores y padres de familia. El lenguaje llano se mantuvo, pero incluimos algunos mensajes específicos para los visitantes adultos. Aquí mostramos tres tipos de paneles. El primero estaba dirigido a todos los visitantes; el segundo panel estaba dirigido principalmente a alumnos y profesores, y el tercer panel a padres de familia.

Figura1. Panel dirigido a todos los visitantes



En la Figura 1, el panel el texto y la imagen no pueden separarse: se necesitan mutuamente para dar un sentido fuerte y completo. El texto es sencillo, claro y unívoco; las imágenes son elocuentes. Además, enfrente de cada imagen, agregamos dos objetos correspondientes a cada habitación representada; en México se instaló un foco desnudo, sin lámpara, y un pocillo de peltre. En la imagen de Suecia, se integró una lámpara diseñada y una taza de porcelana. Estos dos objetos permitieron conectar al visitante con objetos que son parte de cada realidad.

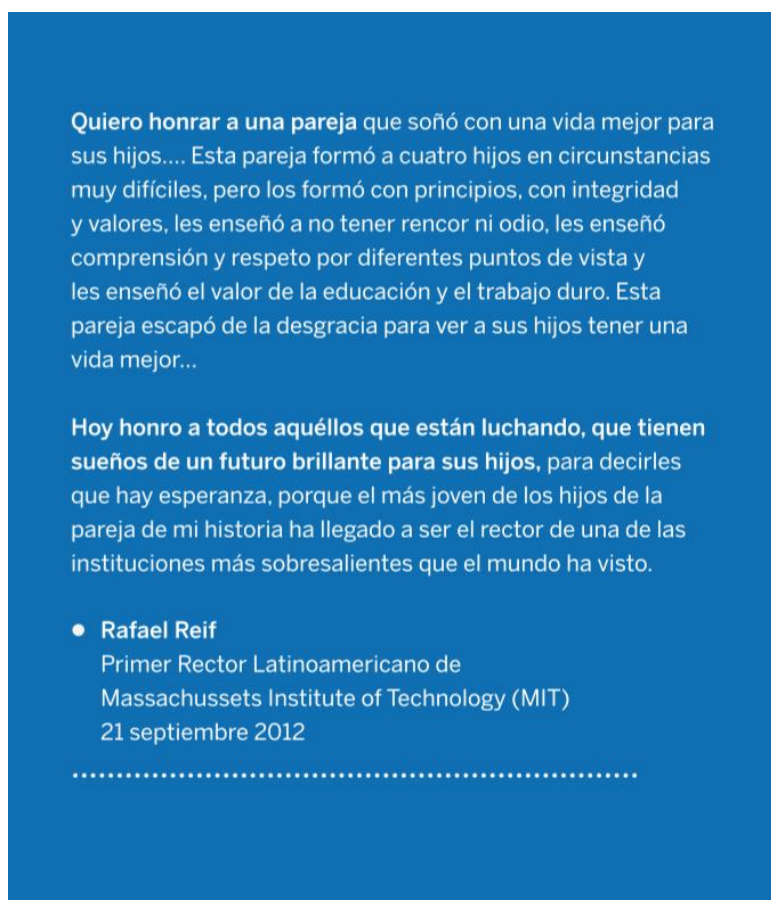
Figura 2. Panel dirigido especialmente a alumnos y profesores



En la Figura 2, el panel muestra la diferencia del rendimiento de un alumno con un buen profesor y un mal profesor. La imagen muestra la diferencia del desempeño del 53% entre los dos tipos de alumnos, según el profesor que hayan tenido. Los guías completaban el mensaje al cuestionar a los visitantes en qué consistía un buen profesor, y también, en qué consistía un buen alumno.

Se puede observar la misma relación de interdependencia entre el texto y la imagen, y sobre todo, la posibilidad de que el visitante completara el mensaje y sacara sus propias conclusiones.¹⁰

Figura 3. Panel dirigido a los padres de familia



En la Figura 3, este mensaje es un extracto del discurso de toma de posesión del rector de Massachusetts Institute of Technology (MIT), Rafael Reif (2012), quien agradece a sus padres la educación y la formación basada en valores que le dieron a él y a sus hermanos, y que lo llevaron a distinguirse con ese cargo.

Los ejemplos aquí presentados permitirán que los lectores puedan imaginar el tipo de lenguaje (gráfico, verbal y esquemático, como diría Twyman (1982)) utilizado en la exposición. La familiaridad de textos e imágenes, de dinámicas interactivas y de involucramiento de los guías permitieron que los visitantes se sintieran cómodos, participativos y abiertos a la discusión durante su recorrido.

Método de análisis

En el presente artículo, aplicamos al Diseño de la información un método de análisis conversacional basado en los principios esbozados anteriormente. A continuación mostramos el método aplicado.

Detección en las grabaciones de las secuencias verbales significativas

Detectamos tales secuencias con el fin de lograr más adelante una evaluación confiable, transcribirlas sin olvidar los fenómenos audibles más allá de las meras frases o palabras, por ejemplo, las repeticiones, los alargamientos vocálicos, las omisiones consonánticas, las hesitaciones, las pausas. En fin, las señales que, sin tener consciencia de su importancia en la vida cotidiana, nos avisan sobre el estado emocional y la búsqueda cognitiva del otro, ayudándonos en la co-construcción de sentido.

Análisis y clasificación de las secuencias

Analizamos las secuencias transcritas según categorías lingüísticas y discursivas. En su caso, ilustraremos las frecuencias y/o co-ocurrencias en el corpus bajo estudio.

Al aplicar el método, iremos infiriendo conexiones de sentido entre los elementos verbales así como algunas relaciones de sentido, sus posibles consecuencias, derivaciones e interpretaciones —valiosas para nuestra evaluación final.

Ahora bien, el proceso implica conocer cómo los visitantes interpretaron los mensajes de la exposición, cuáles fueron más significativos y cuáles reacciones o conclusiones se llevaron consigo después de haber dedicado cerca de hora y media a su visita, buscamos saber si los mensajes habían sido efectivos, en términos de comprensión, apropiación y persuasión.

Entrevistamos cualitativamente a doce visitantes de distinto tipo: estudiantes, profesores y padres de familia al salir de su recorrido por la exposición. Les pedimos elegir los tres paneles preferidos mostrados en cada una de las salas y explicar por qué razón les habían parecido los mejores. Las últimas tres preguntas de la entrevista tenían un objetivo particular: saber cuál pieza identificaban como la más informativa, cuál transmitía autoridad moral, y cuál los impactaba emocionalmente.¹¹ Grabamos y transcribimos cada entrevista con el fin de obtener un corpus para trabajar.

El análisis se desarrolló en dos etapas. En la primera, analizamos detalladamente cada vocablo emitido en una entrevista seleccionada aleatoriamente, con el fin de detectar si los visitantes entendieron los mensajes y cómo los describieron. A través de las palabras utilizadas pudimos establecer el grado de entendimiento y persuasión del mensaje, así como algunas percepciones personales de los entrevistados. En esta etapa analizamos las siguientes categorías gramaticales: los verbos y los tiempos utilizados, los adjetivos y adverbios, los pronombres (posesivo, demostrativo, personal) usados.

En la segunda etapa, analizamos las doce transcripciones utilizando el programa digital para estudiar el corpus extenso o big data, intitulado NVivo10. Seguidamente,

clasificamos el tiempo de los verbos, los adjetivos y los pronombres utilizados por los entrevistados, en el supuesto de que tales categorías gramaticales suelen acercarnos a evaluar sus opiniones. También jerarquizamos las respuestas en tres conceptos retóricos, logos, pathos y ethos. Es decir, en las últimas preguntas, el entrevistado mencionaba qué dato o información le impactaba más, cuál panel le conmovía y a cuál le creía más. Con estas preguntas, pretendimos saber a cuáles formas de comunicación retórica definidas por Aristóteles respondían los visitantes, si al llamado a la razón y la lógica (logos), si el llamado a los sentimientos y a las emociones (pathos) o al llamado a la autoridad moral, el carácter y la personalidad (ethos) (Corbett & Connors, 1999). Una voz o un llamado depende del tipo de argumento que se esgrime, del público al que se dirige y de las circunstancias que lo rodean. En este caso, el argumento está dado por la imagen y el texto, las circunstancias que conforman la exhibición son los compañeros visitantes y los guías.

A modo de ejemplo, presentamos a continuación un extracto de una entrevista cualitativa videograbada en la que participaron un alumno y una alumna (este fue el orden de respuestas):

Entrevistador:

Te voy a presentar los paneles de la primera sala y te voy a pedir que elijas los 3 paneles que sean más significativos o relevantes ¿Por qué los elegiste?. (Los entrevistados eligieron la comparación entre México y Suecia, el video sobre la indiferencia ante la pobreza¹² y el video de los peligros que corren las niñas si no reciben educación).¹³

Entrevistados:

El estudiante:

Este (/.../pausa: 1') porque muestra cómo cómo (hesitación y repetición) es un lugar esteee ('alargamiento vocálico) con la misma economía pero diferente potencia; es lo que se muestra cómo podríamos ser y en lo que estamos_.

La estudiante:

_ El de Eres nos muestra que / uno mismo / vive / su propia vida sin darse cuenta lo lo que nos rodea...(pausa: 1') Este lo de la niña sería porque como muestra muestra sumamente la realidad de lo que pasa por... por su ...vida que tuvo / ¿no?, pasa sus diferentes caminos definen una dirección_.

Análisis e interpretación de las conversaciones

Antes de describir el análisis conversacional mixto, pues lo hemos llevado a cabo tanto manual como digitalmente, creemos que es fundamental mencionar el contexto en el que se insertaron las respuestas de los visitantes de la exposición. Debemos recordar que en 2013-2014 México estaba viviendo una etapa muy difícil de inseguridad, pobreza extrema, corrupción, desigualdad, luchas, inconformidades con las reformas legislativas, entre muchos otros problemas, que formaban parte del contexto social. Por ello, los mensajes emitidos en los paneles y las respuestas de los entrevistados deben verse insertos en este panorama nacional.

Primera etapa: análisis manual

El chico entrevistado

El entrevistado responde antes que la entrevistada y se presenta como si dominara el tema, a pesar de que no tiene certeza de lo que está transmitiendo. Conforme avanza la entrevista, muestra mayor sinceridad y se involucra en el tema. Sin embargo, se acerca y se aleja del tema, en repetidas ocasiones.

Usos del lenguaje

Inicialmente, el entrevistado no se involucra en las realidades presentadas, se aísla, no quiere verse incluido en el escenario. Aprecia las capacidades (poder, fuerza) que tiene México, pero lo juzga al compararlo con otro país del cual sí se expresa con superioridad.¹⁴ Dice —es lo que se muestra cómo podríamos ser y en lo que estamos—. Aquí, el hablante expresa una condición, una aspiración, una acción irreal; no muestra certeza. Compara lo deseable para el futuro, pero se deja ver su decepción frente al presente; se incluye en esa decepción al final de la entrevista. Sin embargo, algunas de sus respuestas son hipotéticas y suponen cambios posibles, pero considera que otros tienen la responsabilidad de llevarlos a cabo. Esta operación la ejecuta en varias ocasiones, por ejemplo —los profesores, porque muestra realmente cómo... cómo podría cambiar un maestro, dependiendo de su carácter y cómo motiva a sus alumnos para seguir.¹⁵ Usa palabras que indican imaginar y soñar, pero con condicionantes que resaltan la decepción y la autocrítica: —tendríamos una economía sumamente elevada—; —si en verdad si tuviéramos las mismas oportunidades de poder seguir estudiando—. En esta última oración, el entrevistado aumenta la fuerza del llamado al interlocutor e introduce con franqueza una consideración ética. Se vuelve a percibir el deseo de superación y la decepción.

Además, el entrevistado muestra credulidad ante los datos presentados y concuerda con ellos. Usa palabras mediante las cuales aprecia el valor de los paneles (potencia, sumamente, etc.) en varias respuestas. Describe, lamenta, busca aprobación de

lo que dice, y comprende cómo influyen los sucesos en la dirección de la vida, tal como se presenta en los paneles.

El tiempo

Conforme va fluyendo la conversación, el entrevistado desarrolla más observaciones críticas y francas. No se queja sino que propone constructivamente. Por ejemplo: —porque te cuestionabas a ti cuáles eran tus obstáculos,¹⁶ lo que tenía a favor y lo que eras tú, tú puedes cambiar lo que estás viviendo. Los términos referentes al tiempo de ejecución de la acción (“cuales eran tus obstáculos [...] lo que eras”) no indican duración, ni inicio, ni terminación. Pasamos de eventos ocurridos en el pasado a los del presente, que sugieren determinación, reflexión, introspección.

Los actores

Cabe señalar que en la secuencia anterior el entrevistado se aparta de sí mismo y se dirige a su interlocutor para generalizar e introducirlo más aún en la conversación. De este modo, el estudiante explica a la encuestadora que se refiere a todos los estudiantes e incluso a ella. Por tanto, indica que ha entendido el valor constructivo del mensaje del panel.

En la siguiente intervención, se aparta y a la vez se acerca de los estudiantes al referirse a ellos —en lo que hacen—. Después se dirige a la encuestadora, se acerca a ella y parecería que también a todos los demás estudiantes, pero en segundo término. Termina con un yo. Este cambio de actores y de tiempos conlleva que el informante argumenta durante varios pasos y concluye confirmando en una respuesta que la exposición puede cambiar actitudes porque:

—Porque golpea varios puntos en los que hacen..., que si no llegas a estudiar más, vas a quedar en un salario... en un... en un punto... medio o un poco más abajo y ya te quedas conforme, y mientras te muestran lo que gana uno que estudió una licenciatura y un posgrado, dices ¡ay yo quiero esa vida y tengo ganas de tenerla!, voy a estudiar para obtenerla... Y así...—

Las piezas de mayor valor para el entrevistado

Pasemos a la selección de las piezas con las que más se identificó el entrevistado, las más informativas, las más conmovedoras y las más creíbles.

El entrevistado se identificó con el mensaje presentado en el panel del profesor, porque ya ha vivido una situación semejante y culpa a los profesores de su bajo desempeño como alumno. El entrevistado también mencionó la influencia positiva de algún maestro para transformar su percepción de una materia. La pieza que le pareció más informativa fue la comparación entre el nivel socioeconómico de México y Suecia. El mensaje que más lo conmovió fue el video de la niña que, por la falta de educación,

podría caer en embarazos no deseados y, eventualmente, en la prostitución. El video propone la educación como la solución para que las niñas crezcan sanas, alejadas de riesgos y que tengan a sus hijos cuando estén preparadas para ello.¹⁷ Finalmente, la pieza que le pareció más creíble fue el video que presenta la indiferencia ante la pobreza.¹⁸

La chica entrevistada

Toma un segundo lugar en la entrevista y deja que el hombre se anticipe a las respuestas. Sin embargo, se percibe mayor involucramiento y sensibilidad de la entrevistada, posiblemente por estar familiarizada con ciertas situaciones descritas en la exposición.

Los actores

La entrevistada emplea *nos*, lo cual sugiere que las imágenes le son cercanas, se incluye como receptora e interpretadora del mensaje —el video nos muestra que uno mismo vive su propia vida sin darse cuenta de lo que nos rodea. — Mediante el uso de la primera persona, la entrevistada se solidariza, se inquieta, se hace partícipe de la historia y luego, mediante la secuencia uno mismo señala que la responsabilidad de la decisión la toma cada quien. Muestra preocupación ante su ignorancia o no percepción del contexto social que se le mostró, ella describe, reflexiona y se incluye.

Usos del lenguaje

En algunas expresiones parece manifestar una experiencia personal, ya que prolonga la argumentación, constata una situación como si conociera el tema y parece entablar una conexión triste y difícil para ella; por ejemplo:

—y la de cuántas personas han cambiado de nivel socioeconómico, o pues... aquí habla de que... Casi en... las diferentes que será... niveles socioeconómicos, pues casi no cambia, todo se queda estable en este caso sería por deudas... o alguna enfermedad, y aquí siempre se mantienen por lo mismo de su condición económica—.

La entrevistada describe cómo, en el proyecto de interacción,¹⁹ se compenetró en las preguntas y relata su proceso —mmm... yo pues pues sí...en realidad...es preguntarse a uno mismo lo queeee en verdad quieres y darte cuenta de lo que en verdad eres capaz de realizar con tu propio esfuerzo... y ...y... más que nada hacer eso—. La entrevistada trata de alejarse, pero regresa a sí misma: usa los términos *darte*, *eres* y *tú* al dirigirse a su interlocutora. Sin embargo, se involucra directamente en la respuesta y parece decidida a determinar una postura al usar el tiempo futuro. Ratifica en varias ocasiones que está adoptando el mensaje, como si hubiera sido un mensaje personalizado. Pareciera que la entrevistada hace una introspección, una auscultación personal, reflexiona acerca de sí misma. Esta misma forma de expresarse se ve reflejada en la siguiente participación al elegir un video de la sala 4:

—Bueno éste más que nada... El video de “Muévete”²⁰ habla muy referente a que A que... mientras tú sigas Mmm.... caminando, subiendo, ehhh... tú mismo te das de, bueno a lo mejor hay obstáculos, puedes quedarte estancado pero con ayuda de los demás, puedes llegar a ... llegar a a lo que te propongas—.

Las piezas de mayor valor para la entrevistada

Las piezas que seleccionó la entrevistada como las más informativas, las más conmovedoras y las más creíbles fueron:

Una historia testimonial grabada²¹ que habla de —una señora que su papá siempre la motivaba y le decía que ella era tanto capaz de hacer lo que quisiera, como... bueno que no... que existía la igualdad entre los hombres y mujeres—. Esta inquietud, preocupación o desacuerdo con la desigualdad de sexos se repite en varias visitantes entrevistadas.

La pieza que más conmovió a la entrevistada fue un video que hace hincapié sobre la indiferencia ante la pobreza²² y la pieza en la que más creyó fue el video de la niña.²³ Una vez más, la desigualdad y desventaja de la mujer es tema que impacta y conmueve.

Finalmente, la entrevistada comenta que sí cree que la exposición puede cambiar actitudes y reitera las mismas reflexiones anteriores referentes a los cambios y determinación personal. Pareciera que este mensaje tuvo algún impacto en su visita ya que lo repitió en varias ocasiones.

En cuanto a ambos entrevistados

Por un lado, las respuestas de los dos sugieren que entendieron los mensajes y reaccionaron lógicamente y emotivamente ante ellos. Por el otro, también sugieren estar de acuerdo con los datos de los paneles y reconocerlos como verdaderos. La palabra “realmente” la repiten varias veces durante diversas intervenciones. Además, parecen agradecer que se presenten datos veraces. Nuevamente, las valoraciones críticas por parte de ambos participantes, notablemente, cuando afirman que las preguntas, paneles y demás recursos han surtido efecto al mostrar realidades y contrastes podrían relacionarse con la incredulidad de la sociedad ante los comunicados oficiales en los medios que suelen disimular o atenuar las situaciones sociales, culturales y económicas que nos rodean.

Segunda etapa: análisis de la conversación utilizando una herramienta electrónica

El análisis de la conversación también se hizo con el programa NVivo 10 para determinar qué tipo de términos utilizaron todos los entrevistados con mayor frecuencia, si fueron expresados con una carga negativa o positiva. A diferencia de la primera etapa, en la segunda, se tomaron las expresiones de las 12 entrevistas con palabras que se

clasificaron según diferentes tipos de reflexión por parte de los estudiantes: 1) frases que contienen términos que implicaron deseo de superación, 2) frases que muestran el descubrimiento, reconocimiento o apreciación de los datos presentados y 3) frases que van más allá de la descripción y sugieren cierta apropiación del mensaje que muestra un tipo de reflexión personal.

Secuencias con rasgos de superación

Mostramos algunas secuencias con elementos que implicaron deseo de superación, imaginación de una situación mejor, aspiraciones de éxito. Estas secuencias pueden presentar implicaciones lógicas mediante expresiones condicionales como: *cuando, si esto sucede, como hacerlo, se puede*, etc. En general, entendemos que los estudiantes transmiten de diversas maneras sus deseos de progreso y que el éxito depende de ellos. Por ejemplo (en cursivas):

- lo que sucede cuando estudias más.
- muestra cómo se puede mejorar.
- ver que sí se puede para aprender de eso.
- cuando uno empieza a ver que las cosas empiezan a funcionar, uno también hace cosas en función de eso.
- que uno sea responsable de lo que quiere y coherente.
- nosotros somos los que tenemos que brincar hasta donde queremos llegar.
- si nosotros cambiamos nuestro sistema educativo, vamos a tener grandes cambios.
- no existen limitaciones, que los límites nos los ponemos nosotros.
- porque escuchas los testimonios de las personas y te das cuenta que siempre buscan las oportunidades o que a través de las oportunidades y la educación, salieron adelante.
- si nos movemos y hacemos grupos vamos a poder, si unimos fuerzas, hay que unir fortalezas y talentos.
- va a ser mi filosofía de hoy en adelante: “educación más esfuerzo, igual a movilidad”. Va a ser la frase que mueva mis deseos, la frase que mueva mi espíritu y que me lleve hasta donde quiero estar.
- ver que sí se puede para aprender de eso.
- hacernos unas preguntas para poder progresar.

—esto fue lo que más me gustó dice: “tener una vida mejor”, creo que todos queremos tener una vida mejor.

Secuencias con rasgos de descubrimiento

Algunas secuencias muestran el descubrimiento de nuevos datos, o bien, el reconocimiento de datos ya conocidos y que en la exposición se le presentan a los encuestados de una forma distinta que les ayuda a comprenderlos mejor. Por ejemplo (en cursivas):

—*hay gente que tiene* vidas muy distintas y oportunidades muy distintas.

—la estadística que manejaste en cuestión del empleo, *me impresiona mucho*.

—*me llamó la atención* por el tráfico, como que es parte de nuestro México real.

—la educación *es una herramienta poderosa* para impulsar la movilidad social.

—esta niña puede tener un hijo a los 14 años y su hija a los 13, *pero también cómo se puede* cortar este círculo.

—*los ricos más ricos, los pobres más pobres*, por la falta de empleo, de oportunidad.

—creo que *este video nos recalca* mucho que nos hemos olvidado de muchas cosas que ya no ponemos atención.

— *está muy interesante, dice* cuánto puedes ganar, realmente es muy poquita la gente que tiene posgrado.

—la educación sí es muy importante, *también en el video lo dice*.

—México y Suecia porque el nivel más bajo de Suecia, está padre, *no está tan mal*.

— *y en cambio otras se ve que* sí progresaban, trabajaban las mujeres.

—hay veces que *en los países desarrollados*, les ofrecen más oportunidades para que la gente pueda salir adelante.

—los niños *quieren buscar eso* que les esconden, quieren buscarlo (y como que se ha dado el caso de embarazos).

—*han progresado más otros países* que el mismo México.

—México y Suecia en 1950, *que casi es equiparable*.

—*se ve el orden*, no es sólo el comal sino que aquí está ordenado y la preocupación por mantener más limpio aquí, *y aquí vives como puedes*, no refleja el dinero, refleja el orden, otras cosas, lo que tienes en la cabeza.

—en la exposición *me explicaron* a qué porcentaje pertenezco y *el cambio que sí se ve*, eso fue lo que me llamó más la atención.

—*pasa de ser un lugar* desordenado, sucio y peligroso, a ser un lugar ordenado donde puedes transitar de manera más tranquila.

Secuencias más allá de la descripción

Algunas secuencias lingüísticas van más allá de la descripción del mensaje y sugieren cierta apropiación del contenido y profundización en reflexiones personales (en cursivas):

—[el video de Eres] lo ves y te quedas mirándolo por la música, *te das cuenta que lleva una razón el significado*.

—en la medida que *uno más conozca, más libertad tiene* para elegir de la manera más responsable.

—la educación *no solamente pasa por la escuela sino también por la casa*, el conocer su ciudad, conocer cultura general, tener esa recreación, la educación es todo lo que uno va pudiendo conocer y cuanto uno más conoce, más libre es para poder elegir.

—*lo agradecido que está uno* de las cosas que tiene.

—*a mi familia le costó muchísimo* poder darme una educación que sea buena y que salió cara.

—he logrado muchas cosas y no porque nací en una cuna de oro sino *por mi esfuerzo, mi preparación y mis ganas* de salir adelante me han llevado hasta donde estoy.

—*me quedé mucho con esto* porque el tener criterio y el poder juzgar cosas o el tener enfrente algo y poder solucionar los problemas, usando el cerebro, no sólo refleja que sí valió la pena ir a la escuela.

—*las oportunidades son las mismas* y la capacidad de los dos es la misma.

—la educación no solamente pasa por la escuela sino también por la casa, el conocer su ciudad, conocer cultura general, tener esa recreación, la educación es todo lo que uno va pudiendo conocer y cuanto uno más conoce, más libre es para poder elegir.

—ponerte a pensar sobre las preguntas que te están haciendo, parecen absurdas pero *son muy importantes: ¿quién soy?, ¿qué tengo para salir adelante o qué estoy haciendo para salir adelante?, para ser realistas y tener un objetivo claro*.

—*cuando lo comparé* con mi familia, sí ha habido bastante movilidad.

—*por qué no reconocemos* también el trabajo que hacen los que están debajo de nosotros y podríamos, a lo mejor entrar en que, no te puedo pagar lo mismo que gano yo pero puedo hacer que mejores.

—*yo creo que sí depende* mucho de nosotros, depende del estado de ánimo con el que llegas porque es cuando impactas al alumno ese ánimo que inyectas, unimos fuerzas para ver qué pasa hoy, es esa parte, jalar a tu alumno.

—sí, *me vi reflejado* en esto.

—te hace reaccionar, reflexiono y lo escribo para darme cuenta, *es como el pequeño compromiso contigo*.

—*el ejercicio de vida práctica*, éste me llega mucho.

—la de las preguntas me gustó porque *me pregunté a mí mismo*, ¿qué es lo que realmente quiero y hacia dónde voy?, fue en este momento cuando me llegó la iluminada de la licenciatura, fue cuando dije: “Rafa, tienes que estudiar”.

—machistas, *ya no es tan común como antes*, antes eran más.

Resultados de la clasificación anterior

Los resultados de la clasificación anteriormente expuesta se pueden resumir en algunos puntos que aquí mostramos:

Las expresiones que connotan superación son las más frecuentes. Entre estas ha puntos que se repiten.

Uso de “se puede”, o “puedes”, tuteando, pero hablando de forma impersonal.

Menor frecuencia del “nosotros” y solamente uno verdaderamente personalizado: “yo me comprometo”.

Las respuestas muestran deseos de prosperar, de elevar la autoestima como sociedad y como país.

En algunas respuestas los entrevistados no muestran compromiso personal, la responsabilidad queda en los demás; hay cierto conformismo, autocomplacencia, disfraz de que “a mí no me pasa eso”, la responsabilidad es de otros.

Los temas principales que aparecen son: educación (estudio, aprendizaje, profesores, sistema educativo); mejorar (superarse, progresar, salir adelante); trabajo en equipo (juntos, unión, grupo), voluntad y ejemplo (si veo que algo funciona, entonces me sumo, antes de dar el primer paso); responsabilidad; oportunidades; obstáculos; igualdad (mujeres); estabilidad (buen salario).

Mostramos un árbol generado por Nvivo 10 que muestra el adjetivo “adelante” utilizado por los visitantes de distintas formas. También se incluye el árbol con el uso del verbo “poder” en diversas conjugaciones. En ambos ejemplos hay varias frases mencionadas anteriormente que connotan el deseo de superación.

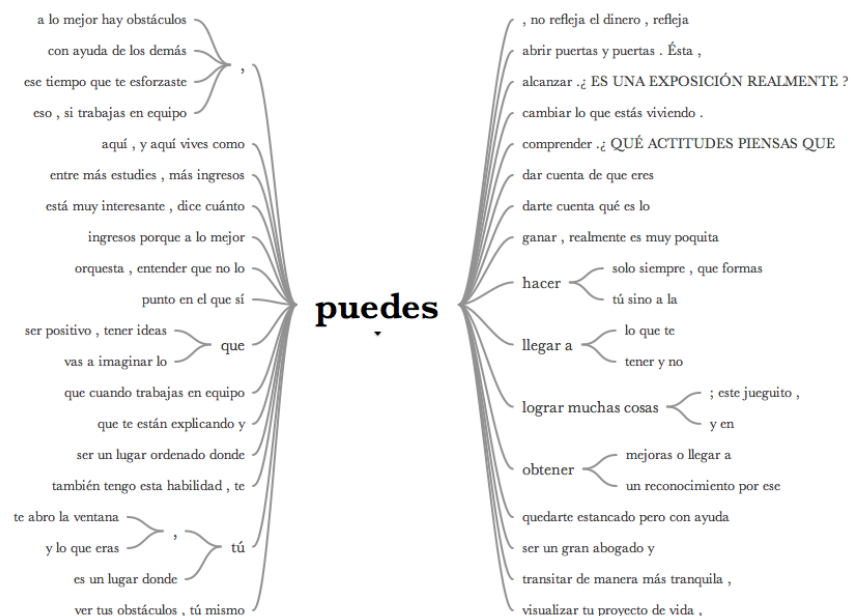
En la Figura 4, mostramos el árbol generado por el programa Nvivo 10 que muestra las variaciones del uso del adjetivo “adelante” que sugiere mejora, progreso, aspiración.

Figura 4. Palabra “adelante”



En la Figura 5, mostramos el árbol generado por el programa Nvivo 10 que muestra las variaciones del uso del verbo “poder” que sugiere deseo, capacidad, posibilidad.

Figura 5. Verbo “poder”



Expresiones de involucramiento

Las expresiones empleadas por los entrevistados que muestran diferente grado de involucramiento con la información muestran las siguientes coincidencias:

Imprecisión del actor al describir (*—hay personas distintas*). En otras, el rol del entrevistado se vuelve un mero receptor de la acción ejecutada por otros (*—me mostraron*). El entrevistado se refiere a los videos y los paneles de la exposición.

En algunas expresiones pareciera que el entrevistado es un testigo que observa realidades ajenas (*—se ve el orden*). El entrevistado se refiere a la fotografía de la habitación sueca que muestra un espacio reducido pero muy ordenado.

Los entrevistados agradecen la presentación de la “realidad”, como ellos lo llaman, de los datos concretos y comprobables.

Frases con apropiación de la información

Las frases que sugieren apropiación de la información y que llevaron a reflexionar o a emitir juicios de valor, giran alrededor de temas como la educación, la igualdad de oportunidades de trato, de sexos, la satisfacción de lo logrado, el agradecimiento por lo que se tiene.

Piezas que seleccionaron como logos, pathos y ethos

Las piezas de la exposición seleccionadas por los entrevistados fueron variadas. Sin embargo, se puede encontrar común denominador en algunas preferencias. Como dato objetivo o informativo, los entrevistados mencionaron varias piezas que contenían algún tipo de gráfica estadística, (como la relación entre el nivel de estudios y el ingreso o la movilidad intergeneracional), la comparación de México y Suecia (tanto en imágenes como en datos numéricos).

Las piezas que más conmovieron a los visitantes entrevistados fueron los videos, sobre todo, un video de una orquesta infantil que muestra la disciplina, esfuerzo y trabajo en equipo y el video de la niña que por falta de educación cae más fácilmente en la prostitución. Finalmente, las piezas que consideraron con mayor autoridad moral porque presentaban datos “creíbles” fueron los datos del panel comparativo entre México y Suecia, las frases célebres de varias personalidades, los datos estadísticos y los videos de pobreza y de la niña.

Esta selección diversa puede explicarse como la variedad de mensajes destinados a los diferentes visitantes. Madres de familia que se vieron impactadas por el video de la caída de la niña en la prostitución, profesores que reaccionaron a las frases de Ortega y Gasset, jóvenes que reaccionaron ante la comparación entre países, que constataron experiencias vividas en la escuela o desigualdades percibidas en el trabajo entre hombres y mujeres. Se podría decir que la exposición pudo comunicarse a través de diferentes medios y canales con una variedad de público.

Se podría resumir que estas respuestas muestran las inquietudes y reacciones de los visitantes de la exposición. Es muy importante no deslindar estas respuestas del contexto de la exposición y de los mensajes transmitidos durante el recorrido.²⁴

Finalmente, se ejemplifican las tendencias anteriormente mencionadas. Por un lado, la expresión de las entrevistadas que reaccionan en contra de la desigualdad de género, por ejemplo —*la desigualdad entre hombres y mujeres porque lo veo*. Por el otro, se percibe aprobación de los entrevistados al observar la “realidad”, tal como ellos mismos lo mencionan. Varias respuestas o comentarios mencionan que la exposición está presentando situaciones del país que frecuentemente se ocultan:

—No estamos acostumbrados a que nos digan la verdad tan directamente. —
Creo que las cosas que se muestran, reflejan la realidad que vivimos; —Sí te confronta, estás viendo realidad. —Te hace ver una realidad que uno no siempre quiere ver, etc.
Asimismo, las respuestas se refieren a la educación, las oportunidades y al brinco de un nivel socioeconómico a otro.

Tal como se puede ver, las respuestas no se desligan del contexto del país: la pobreza y desigualdad, las protestas de los maestros, la violencia causada por el

narcotráfico, la incredulidad de la sociedad ante los mensajes oficiales que aparecen en los medios, etc. Resultó paradójico que mientras la exposición insistía en la importancia de la educación, los medios informaban sobre las numerosas huelgas de maestros que no impartieron clases durante meses por asistir a las manifestaciones.

Conclusiones

La aplicación de dos formas diferentes de desarrollar el análisis conversacional trajo muchos aprendizajes. El primer método más pausado y artesanal, nos permitió adentrarnos en el uso del lenguaje, los sentimientos y emociones de los entrevistados. El tiempo prolongado para la deconstrucción de las conversaciones en interpretación de términos y tiempo en que ocurre la acción aportaron observaciones y reflexiones más profundas. El segundo método, automatizado, permitió organizar y jerarquizar frases completas que revelaron ideas generales que fueron significativas para los entrevistados. Los dos métodos resultaron complementarios en el análisis e interpretación de las respuestas. Ciertamente, estas interpretaciones no pueden desligarse de la subjetividad de las autoras.

El análisis de la conversación permitió investigar desde una perspectiva diferente las reacciones, impresiones, comentarios de los visitantes entrevistados. Como diseñadores podemos darnos cuenta de que el mensaje sí fue entendido; que algunos visitantes se apropiaron de los contenidos; que varios videos los impactaron mediante la música, la historia, los personajes, la animación. Resultó particularmente importante percatarnos de que los objetos de interacción fueron mencionados en varias ocasiones como herramientas para la reflexión y el diálogo. Asimismo, la evaluación de los mensajes aportó información sobre los contenidos con los que se identificaron más, los que afectaron emotivamente a los numerosos visitantes y aquellos que consideraron más creíbles.

Agradecimientos

Agradecemos a la Fundación Espinosa Rugarcía (ESRU) y al Centro de Estudios Espinosa Yglesias (CEEY) habernos permitido visitar la exposición en distintas ocasiones, consultar ampliamente a los encargados del montaje de la exhibición, a los guías por ofrecernos amablemente su información durante la visita y, en especial, a Patricia Berni por cooperar con nosotras en la transcripción de las entrevistas.

Referencias

- Austin, J. L. (1975). *How to do things with words*. Londres: Harvard University Press.
- Button, G. (2012). What does 'work' mean in ethnomethodological studies of work?: Its ubiquitous relevance for systems design to support action and interaction. *Design Studies* 33, pp. 673-684.
- CEEY Centro de Estudios Espinosa Yglesias (2016). CEEY con base en la ENOE- 2015, segundo trimestre.
- CEEY Centro de Estudios Espinosa Yglesias (2013). *Informe. Movilidad social en México 2013. Imagina tu futuro*. México: Editorial CEEY.
- Corbett, E. P.J. & Connors, R. J. (1999). *Classical Rhetoric for the Modern Student*. Oxford: Oxford University Press.
- Delin, J. (2000). *The language of everyday life*. Londres: Sage Publications.
- Drew, P. (2005). Conversation Analysis en K. L. Fitch & R. E. Sanders (Eds.), *Handbook of language and social interaction*. NJ: Lawrence Erlbaum, pp. 71-102.
- Ervin-Tripp, S. (1973). *Language Acquisition and communicative choice: essays by Susan M. Ervin-Tripp*. Selected & introduced by S. Dil. Stanford: Stanford University Press.
- González de Cossío, M. (2015). Apropiación del conocimiento para influir en las actitudes. De los datos a la experiencia en una exposición en C. García & M. Meneses. *Contextos educativos no-formales: el museo y la apropiación del conocimiento científico* (pp.49-69). México: UAM C.
- Gruener, D. (2012). *Pobreza, realidades intolerables* Video prestado por el Museo de Memoria y Tolerancia, México. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=rq5QzqmgNzI>.
- Labov, W. (2001). *Principles of Linguistic change*. Volume II: Social Factors. Oxford: Blackwell.
- Moreno Fernández, F. (2009). *Principios de sociolingüística y sociología del lenguaje*. Barcelona: Ariel.
- Oak, A. (2011). What can talk tell us about design?: Analyzing conversation to understand practice. *Design Studies*, 32 (3), pp. 211-234.
- Matthews, B. (2012). Analysing conversation: Studying design as social action. *Design Studies*, 33 (6) pp. 649-672.

- Reif, R. (2012). *Inauguration speech MIT news*. Recuperado de <http://news.mit.edu/2012/inauguration-ceremony-rafael-reif-0921>
<http://tinyurl.com/hja9sj7>
- Sacks, H., Schegloff, E. & Jefferson G. (1974). A Simplest Systematics for the Organization of Turn-Taking for Conversation. *Language*, 50 (4), Part 1, pp. 695-735.
- Schrivver, K. (1997) *Dynamics in Document Design*. EUA: John Wiley & Sons.
- Serrano, J., Torche, F. (2008) *¿Nos movemos? La movilidad social en México*. México: Fundación ESRU.
- Sless, D. (1999) Designing and evaluating forms in large organizations. En H. J. G. Zwaga, T. Boersema & H. C. M. Hoonhout *Visual information for everyday use. Design and research perspectives* (pp. 135-153). Londres: Taylor & Francis.
- Sless, D. & Wiseman, R. (1997). *Writing about medicines for people. Usability guidelines for consumer medicine information*. Australia: Communication Resaerch Institute of Australia.
- The Girl Effect (2010). *We have a situation*. Video prestado por The Girl Effect Association. Recuperado de <http://tinyurl.com/qyq8hok> en abril 2013.
- Twyman, M. (1982). The graphic presentation of language. *Information Design Journal*, 3 (1), pp. 2-22
- Woodruff, A. & Aoki, P. M. (2004) Conversation analysis and the user experience. *Digital Creativity*, 15 (4), pp. 232-238.

Apéndice

Preguntas formuladas a los chicos durante la entrevista:

- Te voy a presentar los paneles de la primera sala y te voy a pedir que elijas los 3 paneles que sean más significativos o relevantes ¿Por qué elegiste estos 3?
- Veamos la sala 2 y hacemos lo mismo, selecciona los paneles que te parezcan más significativos o relevantes. ¿Por qué seleccionaste estos paneles?
- En la sala 3, ¿Cuál ejercicio te gustó más o te pareció mejor?
- Veamos la sala 4, elige los 3 paneles que te parecieron más significativos o relevantes. ¿Por qué elegiste estos 3?
- ¿Qué dato o información te impactó más?

- ¿Te identificaste con alguna pieza de la exposición en particular?
- ¿Qué pieza te conmovió más?
- ¿A cuál información le crees más?
- ¿Recomendarías esta exposición?
- ¿A quién?
- ¿Cómo describirían esta exposición? ¿Crees que esta exposición pueda cambiar actitudes?
- ¿Por qué?

Notas

¹ Sless únicamente aplica su método a personas que sí saben leer y escribir.

² El mismo cuestionario se aplica a dos grupos de entrevistados con el mismo perfil: grado de estudios, nivel socioeconómico, usuarios del mismo medicamento, etc.

³ Oak (2011) considera la relación de la interacción en un orden social porque la gente construye, comunica y comparte conocimiento (2011:216).

⁴ Tal y como lo proponen también la sociolingüística, la sociología del lenguaje y la etnografía conversacional (Moreno Fernández: 2009).

⁵ Datos de mayo de 2016. Además de presentarse la exposición en 7 sedes, se desarrolló un programa especial con las Universidades Alliat que tuvo influencia en instituciones regionales en 21 estados mediante un evento alrededor de la exposición en cada uno de sus campus. Muchos de ellos se encuentran en zonas de bajos recursos, como Coacalco, Tlalnepantla, Tapachula, Huasteca, etc. Cada plantel dedicó una semana intensiva para que los alumnos y familiares visitaran la exposición y ellos mismos desarrollaron nuevas dinámicas para que los visitantes se apropiaran del tema. En total, Alliat ha recibido a 32,941 visitantes entre marzo y mayo de 2015, y 13,646 entre marzo y abril de 2016. Estos eventos han sido organizados por el Centro de Estudios Espinosa Yglesias.

⁶ Se entiende por *movilidad social* la facilidad para subir o bajar en la escala socioeconómica (Torche y Serrano (2008))

⁷ Fuente: estimaciones del CEEY con base en la ENOE-2015, segundo trimestre.

⁸ La explicación detallada de la exposición se puede consultar en González de Cossío (2015) Apropiación del conocimiento para influir en las actitudes. De los datos a la experiencia en una exposición en García, C. y Meneses, M. *Contextos educativos no-formales: el museo y la apropiación del conocimiento científico* México: UAM C pp. 49-69.

⁹ Se denomina *quintil* a las divisiones (del 20%) de la población mexicana por nivel socioeconómico.

¹⁰ Es conveniente mencionar, que una característica fundamental en el diseño de la exhibición fue evitar todo mensaje “moralista” o “manipulador”. Se deseaba que los visitantes sacaran sus propias conclusiones.

¹¹ En el anexo se puede consultar las preguntas de la entrevista.

¹² Este video muestra el enamoramiento de dos jóvenes que recorren la ciudad de México. Sin embargo, al final de la historia, los autores preguntan a la audiencia si se percataron de los distintos personajes en pobreza extrema que forman parte del paisaje cotidiano en el que se mueven los protagonistas. En ese momento, la historia de amor pasa a segundo plano y se centra en responder la pregunta sobre la indiferencia a la pobreza. El video fue prestado por el Museo de Memoria y Tolerancia y usa la canción “Eres” del grupo Café Tacuba. El video fue dirigido por Daniel Gruener (2010) y se puede consultar en <https://www.youtube.com/watch?v=rq5QzqmgNzI>

¹³ El video usa ilustraciones animadas, música y texto. El video “*We have a situation*” fue prestado por la organización *The Girl Effect* y traducido al español para la exhibición. El video se puede consultar en: <https://www.youtube.com/watch?v=6R8aOq2w2k4>

¹⁴ El entrevistado se refiere al panel de la comparación entre México y en Suecia que se describió anteriormente.

¹⁵ El entrevistado recuerda el panel sobre el rendimiento de los alumnos según su profesor.

¹⁶ El entrevistado se refiere al diálogo entablado en la mesa interactiva. Los visitantes respondieron a las preguntas del guía: ¿qué quieres lograr? Y ¿qué te lo impide? a través de tabletas electrónicas y discusión alrededor de la mesa.

¹⁷ Se refiere al video sobre pobreza mencionado anteriormente, véase nota 13.

¹⁸ Se refiere al video *The Girl Effect* mencionado anteriormente, véase nota 14.

¹⁹ Preguntas y discusión en la sala 3 sobre las metas y los obstáculos para lograrlos.

²⁰ Video que muestra diversos personajes subiendo una alta escalinata y al llegar a la cima logran sus metas gracias al estudio.

²¹ En la sala tres, los visitantes pueden escuchar diferentes historias de éxito de personas que han subido en la escalera socioeconómica usando audífonos individuales.

²² Video explicado anteriormente.

²³ Se refiere al video de *The Girl Effect*.

²⁴ Si los lectores estuviesen interesados en conocer más sobre la exposición, podrían asistir a una de las sedes. Ubicación y horarios se pueden consultar en www.imaginatufuturo.org.mx. O bien, consultar María González de Cossío (2015).