

El virus como algo o alguien. La representación discursiva del virus como un agente

Eduardo Chávez Herrera
Universidad de Warwick (Reino Unido)*

Recibido: 20 de noviembre de 2020 / Aceptado: 20 de diciembre de 2020

Resumen: En este artículo presentamos un primer acercamiento a la representación discursiva del virus SARS-CoV-2 como un agente y a algunas maneras mediante las cuales se le atribuye distintos grados de agentividad en el contexto de la pandemia actual. Proveemos distintas nociones del concepto agentividad desde diversos campos epistemológicos para posteriormente delinear la relación entre virus y agentividad desde las ciencias del lenguaje.

Analizamos y discutimos tres ejemplos que muestran la adscripción agentiva del virus. El primero tiene que ver con la manera en que la agentividad es atribuida mediante el uso de narrativas de guerra. El segundo ejemplo ocurre a través de la representación de un “otro” colectivo en el discurso y su construcción como adversario. Y, por último, se muestra la atribución de agentividad a través de un discurso de “culpa” en ciertos usos en el paisaje lingüístico urbano.

Palabras clave: Agentividad, análisis del discurso, narrativas, virus SARS-CoV-2.

The virus as something or someone. The discursive representation of the virus as an agent

Abstract: In this paper we present a first approach to the discursive representation of the SARS-CoV-2 virus as an agent and some ways through which it is ascribed with varying degrees of agency in the current pandemic. We provide different conceptualizations of the term agency from different epistemological fields, and then we will focus on the relationship between virus and agency from the viewpoint of the language sciences. We also analyse and discuss three examples that show how agency is ascribed. Firstly, how it is attributed through a narrative of war. Secondly, ascribing agency when enacting an ‘other’ in discourse, and constructing it as an antagonist. Thirdly, when representing a discourse of ‘blame’ in some uses of the urban linguistic landscape.

Keywords: Agency, discourse analysis, narratives, SARS-CoV-2 virus.

Sumario: Introducción. 1. El concepto de agentividad desde diversos campos cognitivos. 2. Agentividad y virus. 3. Narrativas de guerra en la pandemia. 4. La construcción agentiva del otro. 5. Agentividad en el paisaje lingüístico. Referencias.

* keemunyunan@gmail.com

Introducción

Si bien la noción de agentividad se encuentra directamente relacionada con las noticias que leemos diariamente en la prensa, con videos e interacciones que aparecen minuto a minuto en las redes sociales, con incesantes artículos de investigación, o con el vocabulario “pandémico” recientemente acuñado, en realidad no hay una única definición para este concepto. En el contexto de la pandemia actual podemos encontrar múltiples formas a través de las cuales incorporamos la agentividad en nuestra vida diaria a través del lenguaje en tanto que le atribuimos al virus SARS-CoV-2 un sinnúmero de capacidades. De este modo, la cuestión sobre la que partimos es la siguiente: ¿Cuál es la conexión entre la noción de agentividad y la actual pandemia desencadenada por la enfermedad denominada por la Organización Mundial de la Salud como Covid-19? Para comenzar, abordaremos el concepto de agentividad desde diferentes campos cognitivos para después centrarnos en su abordaje desde el campo de las Ciencias del Lenguaje. En segundo lugar, mostraremos la construcción y circulación de narrativas de guerra como un ámbito en donde se atribuye un grado de agentividad a varios sectores de la sociedad (trabajadores de la salud y personal considerado como “esencial”, entre otros) en tanto que los convierte en soldados peleando contra un enemigo común: el coronavirus. Asimismo, la narrativa de guerra también es construida como un discurso de legitimación cimentado en el imaginario público y en su representación bélica entre anfitriones humanos y virus como agresores. En tercer lugar, discutiremos la construcción discursiva de un “otro” mediante actos que buscan agentivizar a diversos grupos sociales. Dicho proceso, que implica la generalización de los miembros de una colectividad, puede desembocar en el surgimiento de xenofobia y de actitudes racistas. Esta construcción discursiva es de carácter arbitraria y es donde emergen adversarios o chivos expiatorios.

Por último, veremos cómo hay una atribución de agentividad a través de signos del paisaje lingüístico, sobretudo en carteles que no sólo buscan comunicar sensaciones de afecto por parte de los dueños de tiendas a sus clientelas, sino que también intentan resemiotizar las instrucciones del gobierno al construir un agente utilizando un discurso de culpa.

El objetivo principal de este artículo es establecer un primer vínculo entre las ciencias del lenguaje y la noción de agentividad en el contexto actual de la pandemia ocasionada por la enfermedad Covid-19.

1. El concepto de agentividad desde diversos campos cognitivos

En esta sección, primeramente, brindaremos una definición sucinta del concepto de agentividad para después abordarlo desde otros campos cognitivos, y finalmente centrarnos en cómo se concibe desde diferentes ramas de las ciencias del lenguaje.

El término agentividad proviene del latín *agentia*, el cual a su vez se deriva del caso nominativo *agēns* y cuyo significado es “efectivo” o “poderoso”. A grandes rasgos, la agentividad tiene que ver con la capacidad de control, o volición, que los seres humanos ejercen para actuar de manera determinada en el mundo. Esto tiene que ver con la forma en que llevamos a cabo acciones controladas y determinadas (Kockelman, 2007). Asimismo, incluye las maneras en que les atribuimos a otros seres específicos (sean entidades humanas o no) ciertos comportamientos, responsabilidades y/o formas de acción social.

Alessandro Duranti, desde la antropología lingüística, por ejemplo, define la agentividad como una “propiedad de aquellas entidades que: 1) tienen cierto grado de control de su propio comportamiento, 2) cuyas acciones en el mundo afectan a otras

entidades (y a veces a sí mismas) y, 3) cuyas acciones son objeto de evaluación (es decir, en términos de responsabilidad del resultado obtenido)” (Duranti, 2004, p. 451). Si bien esta definición se enfoca en la capacidad de los agentes de ejercer control y dominio sobre sí mismos y sobre otros, aún no nos dice mayor cosa sobre su relevancia en nuestro contexto actual.

Ahora proseguiremos con una revisión, una suerte de “mapeo”, que nos permitirá observar cómo es que este término ha sido abordado desde distintos campos cognitivos. Pondremos énfasis principalmente en el campo de las ciencias del lenguaje, o *macrocampo* como Haidar (2006) lo ha denominado. En el núcleo de este macrocampo se encuentran “sistemas de signos verbales, paraverbales y no-verbales que también se relacionan entre sí” (Haidar, 2006, p. 41).

Para comenzar, podemos ver que el uso del término agentividad tiene antecedentes en la filosofía, particularmente en la tradición baconiana, pasando por el pragmatismo (Peirce, 1934; Putnam, 1975; Colapietro, 1989), y también por la vasta producción intelectual de Michel Foucault. Para los filósofos, la agentividad es contemplada como una capacidad humana inherente la cual a veces puede llegar a confundirse con el instinto de esperanza o de rebelión, e incluso con una facultad como es el caso del libre albedrío. De la misma manera, dicho término también encontró cierta atención en la sociología de la interacción (Bourdieu, 1979; Giddens, 1979; Archer, 1988) en tanto que se concebía como una manera a través de la cual una constante reconstrucción de los mecanismos de interacción tiene lugar.

En el campo de la ciencia cognitiva Leslie (1993) se centró en los mecanismos cognitivos que subyacen el reconocimiento de ciertos tipos de agentividad causal. Para Leslie hay tres tipos de agentividad: mecánica, accional y cognitiva. Cada una corresponde a un conjunto de propiedades que caracterizan a los agentes como individuos y los distinguen de otros tipos de objetos físicos.

En el campo de la antropología se mantuvo un interés constante en la relación entre agentividad y estructura, sin embargo, fue hasta la década anterior que los antropólogos comenzaron a cuestionarse la serie de asunciones filosóficas preponderantes en el debate académico alrededor de dicho concepto. Por ejemplo, Keane (2003; 2007) hace un llamado a que la antropología reconozca de manera auténtica el concepto de agentividad y que lo incluya como un concepto básico junto a los de “estructura” y “cultura”. Asimismo, también arguye que este concepto es primordial para la época “moderna” en la que nos encontramos.

Por otro lado, diversas etnografías se han centrado en la oposición entre agentividad humana y no humana en América del sur como son: Walker (2009), Course (2010) o High (2010). Estos artículos examinan diferentes concepciones de subjetividad y agentividad entre comunidades indígenas en el Amazonas y pugnan por su inclusión dentro del debate académico actual en antropología social.

Ya dentro de las ciencias del lenguaje, el interés en la agentividad se remonta hacia finales de los años ochentas y a principios de los noventas. Por ejemplo, este interés se volvió manifiesto en la lingüística formal, sobretodo dentro del área de la tipología lingüística. Así, los lingüistas se preocuparon por identificar en qué términos las lenguas codifican la agentividad (Dixon, 1994; Van Valin y LaPolla, 1997). Desde un punto de vista estrictamente lingüístico, la agentividad corresponde a una serie de propiedades atribuidas a uno de los participantes del discurso: el agente, y a sus diversos comportamientos en la oración al desempeñar un papel temático particular en una serie de construcciones específicas (Flores, 2018). De esta manera, la agentividad además de ser una cualidad que se le asigna a una entidad concreta, también subyace procedimientos semánticos y gramaticales particulares.

El término agentividad también ha encontrado cabida en múltiples estudios sobre género y lenguaje (Butler, 1997; Mahmood, 2005; Bucholtz y Hall, 2005). Estos trabajos toman como referencia la definición de agentividad de Ahern, que la considera como “la capacidad socioculturalmente mediada para actuar” (Ahern, 2001, p. 28). A esta definición, Parish y Hall (2020) le añaden una óptica particular a la construcción de sentido en tanto que “la producción e interpretación de éste es lo que permitiría la constitución de actores socialmente relevantes y de sus acciones, y básicamente, de agentividad” (Parish y Hall, 2020: 2).

Diferentes investigaciones han sido elaboradas dentro de la lingüística cognitiva (Cowley, 2012) y de la semiótica cognitiva (Tylén, 2007; Niño, 2015). Por ejemplo, dentro del enfoque semiótico cognitivo, Tylén arguye que más que una sola dimensión agentiva, la agentividad implica diversas dimensiones las cuales incluyen: control, composición, compromiso, tematización, caracterización y razón. Cada una de estas dimensiones restringe, condiciona o “calibra” varios grados de agentividad. Además de que nos permite investigar su ocurrencia a lo largo de cuatro dimensiones: 1) qué o quién tiene el control; 2) quién arregla (algo), 3) quién hace un compromiso, y 4) qué o quién es el tematizador, el caracterizante y el razonante (Tylén, 2007, p. 86-87). Por último, tales dimensiones nos permitirían investigar la distribución de su ocurrencia en el tiempo (aquí y ahora), en el espacio (aquí y allá), el tipo de identidad (humana o no humana), la unidad (superindividual o subindividual: un hombre o una mujer, o el número (un individuo o varios individuos).

Probablemente las ramas de las ciencias del lenguaje con mayores complicaciones para definir la agentividad sean la lingüística antropológica y el análisis del discurso. Por un lado, los lingüistas antropológicos conciben la agentividad como una capacidad individual o colectiva de acción en términos de autoconsciencia, de resistencia a estructuras de poder y de autodeterminación (Duranti, 1994, 2004; Ahern, 2001; Kockelman, 2007, 2017; Parish y Hall, 2020). Sin embargo, esta concepción de agentividad contrasta con el así llamado análisis del discurso “a la francesa” (Foucault, Pêcheux, Courtine, Guilhaumou, etcétera) el cual originalmente está cimentado sobre una base teórica que vincula al marxismo y al psicoanálisis lacaniano. Para este tipo de análisis del discurso el sujeto se encuentra interpelado por el mecanismo de la ideología así como por diversas formaciones discursivas que lingüísticamente representan formaciones ideológicas correspondientes (Pêcheux, 1975). Por lo tanto, la voluntad e individualidad de los sujetos, así como el dominio de sus acciones y de sus discursos, carecen de autodeterminación y se encuentran supeditados por la ideología. Recientemente se ha pugnado por la inclusión del concepto agentividad en el actual análisis del discurso francés en aras de superar las limitaciones del marco teórico original y así poder buscar nuevas posibilidades de análisis lingüístico en contextos más actuales (Marignier, 2020).

Ahora bien, dentro de la vertiente de análisis del discurso anglosajón, el interés en la noción de agentividad comienza en los años noventas (Schiffrin, 1996) y cobra más vigor en la primera década del 2000, sobretodo en la lingüística interaccional (De Fina, 2003), y más tarde en el área de las narrativas en interacción, en los trabajos de Al Zidjaly (2009), Bamberg (2010; 2011) o Lawson (2016). Para estos investigadores, la construcción de la identidad en la interacción es contemplada como una instancia agentiva. La perspectiva narrativa considera al sujeto hablante como un *agente corporal*, o lo que es decir “alguien presente en tiempo y forma y que se encuentra involucrado de manera interactiva” (Bamberg, 2011, p. 106). Asimismo, dichos agentes se consideran como implicados en una serie de prácticas narrativas que indexan posiciones sujeto con respecto a narrativas e ideologías dominantes en aras de construirse a sí mismos como tipos particulares de personas.

Por último, nos gustaría abordar la cuestión de la agentividad desde un punto de vista biosemiótico, el cual esperamos que ayude a dilucidar este concepto y anclarlo en lo que aquí nos atañe, que es la incorporación y atribución de agentividad por los hablantes en el contexto de la pandemia del presente año 2020. De manera breve, vamos a decir que la biosemiótica es pues, el estudio de los procesos de construcción de sentido en los organismos biológicos (Favareau y Kull, 2015) y su punto de partida es que todos los organismos son sistemas semióticos biológicos. Esto provee una base adicional para abordar nuestro concepto en tanto que lo vincula con la dimensión biológica del virus SARS-CoV-2. Así, desde la perspectiva biosemiótica, la agentividad puede ser adscrita a diferentes niveles de organización biológica, desde el nivel celular hasta el nivel de los ecosistemas. Por ejemplo, para Tønnessen las características de los agentes son las siguientes: 1) tienen dirección hacia una meta, 2) son mecanismos autoreguladores, 3) constituyen unidades de procesamiento de semiosis (significación), y 4) son unidades de acción relacionada con la capacidad de elección (Tønnessen, 2015: 14). Puesto que las características compartidas son vitales para el funcionamiento de cualquier sistema vivo en cuestión, es posible aseverar que la vida, el proceso de estar vivo, es un proceso fundamentalmente agentivo.

Ahora vamos a examinar la relación primaria subyacente entre la agentividad y el nuevo coronavirus.

2. Agentividad y virus

Una vez que ya abordamos y discutimos el concepto de agentividad desde diferentes campos epistemológicos, haciendo especial hincapié en el macrocampo de las ciencias del lenguaje, lo que nos concierne en esta sección es tratar de darle respuesta a la siguiente cuestión: ¿cómo y por qué le atribuimos agentividad al virus?

A lo largo de estos meses de pandemia hemos visto la proliferación de múltiples investigaciones en prácticamente todas las áreas del conocimiento. De entre toda esta producción, nos vamos a referir aquí a dos textos cuya difusión se volvió masiva en las redes sociales y en varios rincones de la red. El primero se titula “La Cruel Pedagogía del Virus” del sociólogo portugués Boaventura dos Santos (2020). En este texto, el autor se refiere al virus como “un mensajero, un pedagogo”, una especie de profesor que nos está dando un aviso, una lección a la humanidad entera, un mensaje que debemos escuchar e interpretar correctamente en aras de evitar la destrucción de nuestro planeta y de nuestras sociedades tal y como las conocemos. El segundo caso es el texto del filósofo esloveno Slavoj Žižek, “Pandemia. La Covid-19 estremece al mundo”. En ambos textos podemos observar que los dos autores están adscribiéndole un cierto grado de agentividad al virus en tanto que lo antropomorfizan y lo personifican, lo proveen con ciertos atributos e incluso lo responsabilizan de llevar a cabo una serie de acciones. Ahora bien, cabría preguntarnos lo siguiente: ¿por qué se les atribuye dicha agentividad a los virus si desde un punto de vista biológico, no están vivos?

Desde esta perspectiva, los virus carecen de agentividad o lo que es decir, no tienen capacidad volitiva, son incapaces de crear, de inventar, de diseñar, de pensar, de soñar, de programar, de retener, o de evitar y, de hecho, tienen difícil su supervivencia puesto que aún no es muy claro si están vivos o no. Los virus no tienen metabolismo, no son capaces de alimentarse, de respirar o de mantener una homeostasis (procesos de autoregulación). Desde un punto de vista biosemiótico, los virus tienen un grado muy bajo de agentividad y no están vivos en la misma manera en la que nosotros lo estamos, esto es siendo semióticamente activos y con la capacidad de mantener procesos homeostáticos (Sebeok, 2001). Tal y como van Regenmortel (2016) señala, el hecho de considerar a los virus como organismos vivos puede desembocar en el uso de ciertas

metáforas que le atribuyen intenciones imaginarias e incluso objetivos, a los virus, de ahí que este autor argumente que la metáfora sobre la presunta vida de los virus exista, esté viva y goce de buena salud.

¿Por qué entonces se le adscriben estos grados de agentividad al virus si no está vivo? ¿Si no es capaz de autoreplicarse a sí mismo tan sólo mediante las células a las que infecta? Pareciera que, como ha argüido Maran: “el virus toma su agentividad de nosotros, nos la quita” y hace uso de nuestros propios sistemas sociales, culturales y biológicos, “reduciendo la potencia de nuestras acciones (Maran, 2020). Como si alterase y torciese nuestros códigos, significados y hábitos de maneras extrañas e inesperadas. Los virus no sólo instruyen a nuestras células para producir sus propias proteínas, sino que como Buiani señala “también hacen uso de nuestros hábitos sociales para extenderse, y de ahí que hablemos de procesos de viralización” (Buiani, 2009, p. 3).

Si el virus no está vivo, ¿por qué entonces lo representamos como un agente? ¿Por qué utilizamos términos lingüísticos que le otorgan agentividad y que lo clasifican como “una amenaza para las personas, para las instituciones y los estados-nación”? (Briggs, 2015, p. 272).

Como individuos, agentes, nos encontramos ante la necesidad de encontrarles sentido a los acontecimientos que suceden en nuestra vida diaria, por ello recurrimos al lenguaje y a otros recursos semióticos que nos ayudan a asimilar y describir lo que está sucediendo y así aprehender la realidad. Por ello contamos la pandemia mediante el lenguaje, y de manera adicional hacemos uso de otros múltiples sistemas de signos que incluyen narrativas, textos literarios, fotografías, videos o memes.

Ahora vamos a examinar tres dominios particulares mediante de los cuales podemos observar claramente cómo a través del uso de ciertos recursos lingüísticos se le adscribe agentividad al virus.

3. Narrativas de guerra en la pandemia

La primera dimensión mediante la cual se provee de agentividad al virus tiene que ver con la creación y popularización de narrativas de guerra. Antes de examinarlas vamos a recordar brevemente qué es una narrativa.

Las narrativas sirven para contar historias que nos ayudan a asir la realidad y para encontrarle sentido al mundo que nos rodea. A través de narrativas, los hablantes son capaces de describir sus experiencias, sentimientos y pensamientos acerca de sus vidas cotidianas o acerca de eventos concretos que han tenido algún impacto sustancial en sus vidas. Según Bruner (1990), hay dos tipos de funcionamiento cognitivo: el *paradigmático* (o argumentativo) y el *narrativo*. El primero está basado en la argumentación filosófica y científica. El segundo, en cambio, se basa en intenciones humanas, vicisitudes y narraciones.

Al inicio de la pandemia, en varios países, vimos la aparición súbita, así como la posterior circulación de una historia de guerra que comenzó a dominar el imaginario público. En las noticias pudimos ver que el presidente estadounidense Donald Trump se autodenominó como “un presidente para tiempos de guerra”, o que Boris Johnson¹, el primer ministro del Reino Unido, entre otros jefes de estado, declaró “estar en [una situación de] guerra”. Subsecuentemente, diversas fuentes gubernamentales comenzaron a adoptar un léxico bélico en aras de posicionarse en una presunta lucha contra el virus. Lo que estas figuras políticas hicieron fue contar la pandemia mediante una narrativa bélica, y a partir de entonces ciertas expresiones se volvieron comunes: “estar en la línea de frente”, “encontrarse rodeado de un ejército de voluntarios para ayudar a la gente” y, desde las altas esferas gubernamentales se apeló a la reunión de la gente haciendo un “esfuerzo de guerra”.

La narrativa de guerra, o de batalla, funciona de manera conjunta con otros tropos, como son las *metáforas*², y de acuerdo a Meretoja (2020) tiene dos funciones principales: por un lado, nos dota de agentividad cuando nos sentimos inútiles, sin ayuda, sin armas para curar, o sin vacunas. En vez de posicionarnos como víctimas pasivas, esta narrativa nos “transforma” en soldados valientes en una lucha con un enemigo común, especialmente cuando se les adscribe agentividad a los pacientes enfermos con Covid-19, o a los trabajadores sanitarios que se encargan de cuidarlos.

Por otro lado, esta narrativa de guerra se constituye como un discurso legitimador, y simultáneamente como una romantización de la guerra, lo cual proviene del hecho de que en el caso de los virus que causan enfermedades humanas, los procesos de infección y sus consecuencias frecuentemente se describen en términos de batallas entre anfitriones y virus como señalan Wick y Yang (2013). Tales batallas se centran en la capacidad del sistema inmunológico de neutralizar la infección viral y eliminar las células infectadas, así como en la capacidad del virus para desarrollar nuevas estrategias y mecanismos que puedan evadir las respuestas inmunes de los organismos anfitriones.

Podemos observar la conveniencia de la retórica de guerra para los políticos. Durante la cuarentena, el gobierno español montó una escenografía³ durante las conferencias de prensa diarias en las que reportaba la situación cotidiana de contagios y decesos en el país. Los participantes en estas conferencias eran únicamente 1 o 2 funcionarios civiles, y los demás eran representantes de los así denominados “cuerpos de seguridad del estado”: el ejército, la policía nacional y la guardia civil. Con esta escenografía el gobierno español cimentaba esta narrativa en tanto que la convertía en un asunto de seguridad nacional.

Ahora bien, uno de los efectos de esta narrativa militar es el desarrollo de un tipo de *falsa agentividad* cuando la situación se vuelve un dilema entre agentes y soldados. Sin embargo, tanto el virus como la enfermedad no tienen intenciones humanas ni estrategias de algún tipo, y el objetivo del virus no es matar a nadie, así que realmente no tiene sentido utilizar este léxico bélico. Como Meretoja (2018) nos muestra, los humanos tenemos una fuerte necesidad de atribuir agentividad, particularmente cuando las cosas no van bien y en tiempos de incertidumbre e impredecibilidad. Aun así, ni los trabajadores de la salud ni los pacientes son, o pueden erigirse en, soldados. Por ello, desde un punto de vista narrativo, esta investigadora sugiere el concepto de *agentividad narrativa*, el cual podría utilizarse para representar el proceso constitutivo mediante el cual los seres humanos participamos, a través de (in)acciones en prácticas narrativas que perpetúan y confrontan ciertas estructuras sociales. Si utilizáramos esta noción, con sus tres dimensiones: *conscientización*, *imaginación* y *dialogicidad*, podríamos abordar la pandemia desde distintos enfoques que incluyesen: 1) la promoción de narrativas enfatizadoras de agentividad pero vinculadas con la capacidad de lidiar con lo que Morin ha denominado como “el festival de incertidumbres” (Morin, 2020) que estamos viviendo, y así poder compartir esas experiencias con otras personas. Esto nos llevaría a: 2) narrar algo *imaginario* e *imaginado* (Andrews, 2014) o lo que es decir, ser capaces de imaginar diferentes tipos de experiencias subjetivas y de representar una sociedad que se enfoque más en la interdependencia, en el cuidado, en el diálogo y en el apoyo mutuo a lo largo de diferentes etapas de la vida en oposición a los preceptos neoliberales que nos llevan a aislarnos de nuestros coetáneos y a deshacernos de todo sentido de solidaridad. Por último: 3) a reflexionar en las maneras en las que nos convertimos en agentes en relación con otros de manera dialógica –en términos bajtinianos– lo cual implica la inclusión de las voces de otros en nuestro propio diálogo interior.

Precisamente, como Meretoja propone, en el actual contexto pandémico podríamos estar ante una oportunidad de concebir una nueva narrativa cuyo núcleo fuera la solidaridad mutua entre naciones, grupos, especies y comunidades.

4. La construcción agentiva del otro

La segunda dimensión a través de la cual podemos ver otro claro ejemplo de atribución agentiva durante la pandemia tiene que ver con lo que denominaremos como “construcción discursiva del otro”.

Por un lado, vemos un proceso de “actorialización” (Eco, 1976), es decir una constitución de actores colectivos en la dimensión discursiva. Por ejemplo, a lo largo de la pandemia se construye un determinado grupo de héroes el cual está conformado por los trabajadores considerados como “esenciales”, esto es todas aquellas personas que se encargan de que el funcionamiento de las infraestructuras básicas de las sociedades se mantenga mientras las poblaciones son confinadas en sus casas: los trabajadores de la salud primariamente en tanto que son los que atienden y cuidan a los enfermos de Covid-19. Pero también se encuentran otros tantos actores como es el caso de productores de alimentos, repartidores, cuidadores, transportistas, personal de algunas oficinas y de limpieza y, en países más autoritarios como son España o Chile, también se le atribuye un cierto grado de agentividad a los cuerpos de seguridad. Como Barreneche (2020) aduce, se comienza a imaginar un actor cuyos miembros son desconocidos, anónimos, pero su trabajo y valentía se reconoce en varios países y de manera diaria mediante una serie de *prácticas performativas* (MIRCO, 2020) como son las rondas de aplausos nocturnas o la exhibición de fotografías del personal sanitario en diversos edificios de ciudades como México, La Habana o Pekín. Además de ser formas de reconocimiento también fungen como vías de expresión para canalizar socialmente nuestras emociones desde la exterioridad de las ventanas –o de los balcones para los que disponen de ellos–.

Por otra parte, también podemos notar la repentina emergencia de diversos “otros”. Primero, un grupo de personas “irresponsables”, los cuales son provistos con capacidad de control y de efectuar acciones morales y que además pueden ser culpados por las circunstancias. Al principio fueron los “fresas”, “chetos” o “gomelos” en México, Argentina y Colombia respectivamente. Grupos de individuos pertenecientes a las clases sociales más favorecidas que “importaron” el virus a sus respectivos países desde las pistas de ski en Colorado, o desde las abultadas terrazas venecianas. Por otra parte, están *los irresponsables* que no se saben quedar en su casa. Con respecto al segundo, podemos ver que su base radica, como el grupo MIRCO (MIRCO, 2020, p. 5) ha mostrado, sobre un discurso neoliberal de autocontrol generado por las instituciones gubernamentales y el cual abarca distintas prácticas ciudadanas. Este discurso obvia las desigualdades sociales para confinarse y traslada la disciplina al ejercicio de la responsabilidad individual, activando la autovigilancia y la vigilancia de nuestros semejantes. Así, en aras de evitar la transgresión de la disciplina social, la gente se torna en policía, y desde sus ventanas convertidas en panópticos de Bentham, comienza a vigilar a sus vecinos, a sus amigos, a sus conocidos, o a desconocidos, en las calles o en las redes sociales, y a denunciarlos por su presunta irresponsabilidad y por salirse de su casa. El confinamiento o la cuarentena en ciertos países es impuesto de modo más barato y eficiente que la policía misma, evocando más el estado de excepción que el de alarma. En tales casos el control es ejercido desde varios puntos y no sólo desde arriba, y es ahí donde precisamente reside el éxito de esta forma de gobierno: toda la ciudadanía realiza medidas de control social.

En este caso, tal y como Barreneche (2020) apunta, la adscripción de agentividad satisface una función cognitiva que es la de ocupar un papel en las principales narrativas articuladas alrededor de la pandemia. La adscripción de ciertos atributos y connotaciones conlleva, también, el surgimiento de una serie de comportamientos xenófobos y actitudes racistas en tanto que se generaliza a los miembros de una comunidad. Se les incluye dentro de una colectividad la cual se asume que comparte las mismas características. Aquí es donde se construyen discursivamente, y por lo tanto de modo arbitrario, adversarios,

enemigos, y chivos expiatorios. Por ejemplo, los comportamientos xenofóbicos hacia las comunidades chinas en varios países o hacia China en general como origen de la pandemia. Recordemos lo que Donald Trump denominó como “virus chino⁴⁷”.

Esta construcción discursiva de los otros pareciera confirmar nuestra incesante necesidad de encontrar significado, al dar cuenta de circunstancias anormales en donde alguien se agentiviza a través de la culpa, lo cual implica un determinado grado de causalidad y de agentividad. Esta situación no es nueva y, como Bedyński (2020) señala, ya sucedió en otros momentos de la historia –así como en otras pandemias–. Por ejemplo, durante la peste en el siglo XIV se culpó a aquellas poblaciones que a menudo eran culpadas: gitanos, leprosos, inmigrantes, viajeros o judíos. Al respecto, Briggs apunta que en la construcción de un otro, también ocurren “desplazamientos metafóricos agentivos sugiriendo por qué los esfuerzos de culpar a los demás por las pandemias encuentran audiencias listas para mezclarse tan abiertamente con (des)igualdades políticas” (Briggs, 2005, p. 272).

5. Agentividad en el paisaje lingüístico

El tercer y último ejemplo que queremos abordar aquí está vinculado con el *paisaje lingüístico*. Los paisajes lingüísticos, de acuerdo a Blommaert (2013), tienen que ver con el lenguaje que es parte del entorno físico en contextos urbanos; son los signos visibles en el espacio público, incluyendo todo el lenguaje que es visible, ya sea impreso, escrito o pintado y que también puede incluir imágenes, colores, logos, gráficas u otros signos de corte similar.

Es entonces, el conjunto de signos que constituyen el paisaje lingüístico de una comunidad dada. El contenido del mundo físico también puede llegar a incluir señales de tráfico, espectaculares, tabloneros de anuncios, aparadores y ventanas en las tiendas, o carteles, grafitis, menús, camisetas, tatuajes, etcétera. También se considera parte del paisaje lingüístico al mundo virtual que es públicamente accesible en internet, como es el caso de las redes sociales, blogs, plataformas de videos, videojuegos, sitios web, entre otros. Como Shohamy y Gorter (2009) señalan, los paisajes lingüísticos, también nos ayudan a contextualizar el espacio público con cuestiones de identidad, políticas lingüísticas, así como con conflictos políticos y sociales.

A partir de que la Organización Mundial de la Salud decretó la pandemia por Covid-19, fuimos testigos de un súbito proceso de viralización discursiva el cual tuvo lugar a partir de que los gobiernos nacionales –en la mayoría de países del mundo– decretaron confinamientos y cuarentenas masivas en el primer semestre del año (y esta tendencia está volviendo en la temporada otoñal del hemisferio norte). Dicho proceso tuvo lugar a través de mensajes emergentes en el espacio público de las zonas comerciales urbanas, en tiendas, restaurantes, peluquerías, cafeterías, bares y otros negocios. Así, pudimos presenciar la aparición de una multitud de signos, carteles o materiales promocionales, bien impresos digitalmente o hechos a mano, se desplegaron en cortinas, puertas, ventanas, así como en escaparates o aparadores.

Estos mensajes utilizan tipografías diversas, letras mayúsculas, minúsculas, a veces contenían ilustraciones, dibujos, o faltas ortográficas. Su propósito no sólo era el de atraer la atención de los transeúntes y clientes, sino que también tenían un fin persuasivo. Lo que es decir que además de tener una estructura concisa y sincera, también tratan de comunicar afecto y conectar directamente con el público. De manera simultánea, aunque intentan mantener un mensaje de serenidad, también expresan desamparo. Como Zhu (2020) muestra, su cometido principal es la resemiotización de las instrucciones gubernamentales, y es aquí en donde vemos la asignación de agentividad en tanto que los dueños de estas tiendas siempre atribuyen el cierre de sus negocios a ciertos agentes

externos, principalmente a cuatro: 1) el virus SARS-CoV-2; 2) el gobierno; 3) las autoridades de salud, o 4) la contingencia/crisis sanitaria (en forma de un agente hiperbolizado). Entonces, el tipo de atribución agentiva que ocurre en este caso tiene que ver con la cuestión de encontrar un culpable a quien imputar por la situación actual.



Figura 1. Cartel desplegado en el aparador de una peluquería. Fotografía tomada por el autor.

En la figura 3 podemos apreciar el cartel de una peluquería en donde la autora del mensaje también narra una pequeña historia y busca posicionarse en relación con la cuarentena. Al analizar de manera más minuciosa el cartel podemos ver cómo la autora busca persuadir y conectar con su clientela. En la parte posterior al logo de la tienda, el cartel “inicia” con un saludo que busca ser inclusivo pues utiliza el símbolo @ (arroba), el cual de manera informal se extiende cada vez más en el registro escrito y busca fungir como un pronombre neutro incluyente para los dos géneros del español: masculino y femenino. En la primera frase la autora apela a la información común, compartida por el resto de la población: “como seguramente sabéis”, para entonces explicar las razones del cierre de la tienda. Podemos ver que la adscripción agentiva es doble: por un lado, la autora le adscribe agentividad a la enfermedad Covid-19 en tanto que la culpa –nótese también la manera de referirse a la enfermedad mediante la contracción ‘del’, al atribuirle el género masculino–. Por otro lado, también busca distribuir un cierto grado de agentividad en el gobierno mediante un referente tácito (en tercera persona del plural) que no facilita la situación a trabajadores como ella: “no nos lo están poniendo nada fácil a los autónomos y las empresas”.

De manera adicional, el cartel también cuenta brevemente su reacción personal ante la crisis y enumera distintas formas de gestionarla con base en tres acciones: “hacer seminarios online”, “conociendo productos nuevos” y “llenándose de energía”. Finalmente, antes de firmarlo, la autora busca establecer afecto con sus clientes al desearles salud para ellos y para sus familiares ante la perspectiva de un futuro incierto.

Conclusiones

A lo largo de este artículo hemos revisado una serie de ejemplos que nos muestran cómo le adscribimos diversos grados de agentividad al virus SARS-CoV-2 y cómo lo representamos lingüísticamente en el discurso. Así, después de proveer un marco teórico en el que tratamos de abordar distintos tratamientos de la noción de agentividad, nos centramos en su abordaje desde las ciencias del lenguaje. Después, en una primera instancia, mostramos cómo se construyen y circulan una serie de narrativas de guerra a través de las cuales se le atribuye agentividad al virus. Las narrativas de guerra sitúan al coronavirus como un enemigo común ante el cual la humanidad tiene que unirse, y son construidas en forma de un discurso de legitimación cuya base se encuentra en un imaginario público a manera de batalla entre humanos contra un virus.

En segundo lugar, examinamos cómo se construye un “otro” que generaliza a distintos miembros de una colectividad. Dicha construcción discursiva implica sentimientos xenofóbicos y racistas y, además, termina construyendo chivos expiatorios y adversarios. En última instancia, exploramos la adscripción agentiva mediante signos del paisaje lingüístico y cómo algunos comerciantes intentaron comunicar cierto afecto a sus clientes durante el confinamiento, o cuarentena, a través de la resemiotización de instrucciones gubernamentales y del uso de un discurso de culpa.

Éstos son solamente algunos usos del lenguaje y del discurso en nuestro actual contexto pandémico. Al momento de terminar este artículo seguimos en una situación imprevisible y en una constante incertidumbre, con rebrotes en todos los países, amenazas de reconfinamientos y segundas, o terceras “olas de contagios”, así como también se mantiene la esperanza de la inoculación masiva en la población mundial, la reducción del peligro de infección y la obtención de la anhelada “inmunidad de grupo”.

La cuestión principal que queda es la siguiente: ¿podremos ser capaces de aprender las lecciones que el virus, en tanto que profesor, nos está dando? Sólo el tiempo nos lo dirá.

Referencias

- Ahearn, L. M. (2001). Language and agency. *Annual Review of Anthropology*, 30(1), 109- 137.
- Al Zidjaly, N. (2009). Agency as an interactive achievement. *Language in Society*, 38, 177-200.
- Andrews, M. (2014). *Narrative imagination and everyday life*. Oxford University Press.
- Archer, M. (1988). *Culture and agency: the place of culture in social theory*. Cambridge University Press.
- Bamberg, M. (2010). Who am I? Narration and its contribution to self and identity. *Theory & Psychology*, 21(1), 1-22.
- Bamberg, M. (2011). Narrative practice and identity navigation. En J. A. Holstein & J. F. Gubrium. (Eds.) *Varieties of Narrative Analysis* (pp. 99–124). SAGE.
- Barbieri, M., de Beule J. y Hofmeyer J.-H. (2014). *Code biology: A glossary of terms and concepts*. <http://www.codebiology.org/glossary.html>.
- Bedynski, W. (2020). Liminality: Black death 700 years later. What lessons are for us from the medieval pandemic? *Society Register*, 4(3), 129-144.
- Blommaert, J. (2013). *Ethnography, Superdiversity and Linguistic Landscapes: Chronicles of Complexity*. De Gruyter.

- Bourdieu, P. (1979). *Outline of a theory of practice*. Cambridge University Press.
- Butler, J. (1997). *The Psychic life of power: Theories in Subjection*. Stanford University Press.
- Briggs, C. L. (2015). Communicability, racial discourse, and disease. *The Annual Review of Anthropology*, 34, 269-291.
- Bruner, J. S. (1990). *Acts of Meaning*. Harvard University Press.
- Bucholtz, M. y Hall, K. (2005). Identity and interaction: A sociocultural linguistic approach. *Discourse Studies*, 7(4-5), 585-614.
- Buiani, R. (2009). The Indeterminacy of viruses. *The Semiotic Review of Books*, 19(1), 1-3.
- Colapietro, V. M. (1989). *Peirce's approach to the self: A semiotic perspective on human subjectivity*. State University of New York Press.
- Course, M. E. (2010). Of words and fog: Linguistic relativity and Amerindian ontology. *Anthropological Theory*, 10(3), 247-263.
- Cowley, S. (2012). Distributed language: cognition beyond the brain. En *Proceedings of the Humanities International Forum*. Russian State University for the Humanities.
- De Fina, A. (2003). *Identity in narrative: A study of immigrant discourse*. John Benjamins.
- Dixon, R. M. W. (1994). *Ergativity*. Cambridge University Press.
- Dos Santos, B. (2020). *La Cruel pedagogía del virus*. CLACSO.
- Duranti, A. (1994). *From grammar to politics*. University of California Press.
- Duranti, A. (2004). Agency in language. En A. Duranti (Ed.), *A companion to linguistic anthropology*. (pp. 451-473). Blackwell.
- Eco, U. (1976). *A Theory of Semiotics*. Indiana University Press.
- Emmeche, C., Kull, K., y Stjernfelt, F. (2002). A brief biosemiotic glossary. En C. Emmeche, K. Kull, & F. Stjernfelt (Eds.), *Reading Hoffmeyer, rethinking biology* (pp. 25-30). Tartu University Press.
- Favareau, D. y Kull, K. (2015). On biosemiotics and its possible relevance to linguistics. En E. Velmezova et al. (Eds.), *Biosemiotic perspectives on language and linguistics* (pp. 13-28). Springer.
- Flores, R. (2018). La agentividad: entre las lenguas y la cultura. *Rutas de Campo*, 2, 45-61.
- Giddens, A. (1979). *Central problems in social theory: Action, structure, and contradiction in social analysis*. University of California Press.
- Haidar, J. (2006). *Debate CEU-Rectoría. Torbellino pasional de los argumentos*. UNAM.
- High, C. (2010). Warriors, hunters, and Bruce Lee: Gendered agency and the transformation of Amazonian masculinity. *American Ethnologist*, 37(4), 753-770.
- Keane, W. (2003). Self-interpretation, agency, and the objects of anthropology: Reflections on a genealogy. *Comparative studies in Society and History*, 45(2), 222-248.
- Keane, W. (2007). *Christian moderns: Freedom and fetish in the mission encounter*. University of California Press
- Kockelman, P. (2007). Agency. The Relation between meaning, power, and knowledge. *Current Anthropology*, 48(3), 375-401.
- Kockelman, P. (2017). Semiotic agency. En N. J. Enfield y P. Kockelman (Eds.), *Distributed agency*. (pp. 25-38) Oxford University Press.
- Lawson, M. (2016). *Identity, ideology and positioning in discourses of lifestyle migration. The British in the Ariège*. Palgrave.

- Leslie, A. M. (1993). *A theory of agency. Technical reports of the Rutgers University*. Center for Cognitive Science.
- Mahmood, S. (2005). *The Politics of Piety: The Islamic Revival and the Feminist Subject*. Princeton University Press.
- Maran, T. (2020). *Virus and cultural creativity*. Cambridge Reflections: Covid-19. <https://www.cambridgeblog.org/2020/05/virus-and-cultural-creativity/>
- Marignier, N. (2020). Pour l'intégration du concept d'agency en analyse du discours. *Langage et Société*, 170(2), 15-37.
- Meretoja, H. (2018). *The Ethics of storytelling. Narrative hermeneutics, history, and the possible*. Oxford University Press.
- Meretoja, H. (2020). *Stop narrating the pandemic as a story of war*. Open Democracy. <https://www.opendemocracy.net/en/transformation/stop-narrating-pandemic-story-war/>
- MIRCO (Multilingüismo Discurso y Comunicación). (2020). *Diario discursivo de la cuarentena*. <https://www.mircouam.com/blog/diario-discursivo-de-la-cuarentena/>
- Moreno, Barreneche, S. (2020). Somebody to blame: on the construction of the other in the context of the COVID-19 outbreak. *Society Register*, 4(2), 19-32.
- Morin, E. (2020). *Nous devons vivre avec l'incertitude*. CNRS. Le Journal. <https://lejournal.cnrs.fr/articles/edgar-morin-nous-devons-vivre-avec-lincertitude>
- Parish A. y Hall, K. (2020). Agency. En J. M. Stanlaw (Ed.) *The international encyclopedia of linguistic anthropology*. (Vol 1. pp. 3-11). Blackwell.
- Pêcheux, M. (1975). *Les vérités de La Palice : linguistique, sémantique, philosophie*. Éditions Maspero.
- Peirce, C. S. (1934). *Collected papers of Charles Sanders Peirce*. Vol. 5. Harvard University Press.
- Putnam, H. (1975). *Philosophical papers: Mind, language, and reality*. (Vol. 2, pp.215–271). Cambridge University Press.
- Schiffrin, D. (1996). Narrative as self-portrait: Sociolinguistic constructions of Identity. *Language in Society*, 25, 167–203.
- Sebeok, T. A. (2001). Biosemiotics: Its roots, proliferation, and prospects. *Semiotica*, 134(1/4), 61–78.
- Shohamy, E. y Gorter, D. (2009). *Linguistic landscape. Expanding the scenery*. Routledge.
- Tønnessen, M. (2015). The biosemiotics glossary project: agent, agency. *Biosemiotics*, 8, 125-143.
- Tylén, K. (2007). When Agents Become Expressive: A Theory of Semiotic Agency. *Cognitive Semiotics*, 1, 84-101.
- Van Regenmortel, M. H. V. (2016). The metaphor that viruses are living is alive and well, but it is no more than a metaphor. *Studies in History and Philosophy of Biological and Biomedical Sciences*, 56, 1-8.
- Van Valin, R.D. y LaPolla, R. J. (1997). *Syntax: Structure, Meaning and Function*. Cambridge University Press.
- Walker, H. (2009). Baby hammocks and stone bowls: Urarina technologies of companionship and subjection. En F. Santos-Granero (Ed.). *The occult life of things: Native Amazonian theories of materiality and personhood* (pp. 81-104). University of Arizona Press.
- Wick, W. D. y Yang, O. O. (2013). *War in the Body: The Evolutionary Arms Race Between HIV and the Human Immune System*. Springer.
- Žižek, S. (2020). *Pandemia. La covid-19 estremece al mundo*. Anagrama.
- Zhu, H. (2020). Urban public signs during a pandemic. <https://viraldiscourse.com/2020/06/07/urban-public-signs-during-a-pandemic/>

¹ <https://www.pressandjournal.co.uk/fp/news/politics/2080633/boris-johnson-we-are-engaged-in-a-war-against-the-virus/>

² Al respecto, también se puede consultar la iniciativa colectiva #ReframeCovid, coordinada por las investigadoras Inés Olza (Universidad de Navarra), Elena Semino (Universidad de Lancaster), Paula Pérez Sobrino (Universidad Politécnica de Madrid) entre otras. Esta iniciativa tiene como finalidad hacer una reflexión sobre el marco lingüístico bélico y cambiarlo hacia uno más positivo que pueda cohesionar a la población mundial.

³ https://www.elconfidencial.com/espana/2020-04-25/moncloa-ruedas-de-prensa-coronavirus_2566095/

⁴ <https://actualidad.rt.com/actualidad/367447-trump-explica-llama-coronavirus-virus-china>